



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

### **FACULTAD DE EDUCACION, CIENCIA Y TECNOLOGIA**

#### **TEMA:**

“DISEÑO Y CREACION DE UN CATALOGO DE ESTAMPADOS TURISTICOS DE LA CIUDAD DE OTAVALO”

Trabajo de Grado previo a la obtención del Título de Licenciatura en especialidad Diseño gráfico.

**AUTORES:** Urvina Almeida Diego Rolando

Champutiz Ramírez Danilo Norberto

**DIRECTOR:** Msc. Raimundo López

**Ibarra, Junio 2012**

## **DEDICATORIA**

Al término de una etapa de nuestra vida queremos expresar nuestros más sinceros agradecimientos a todas y cada una de las personas que han estado a nuestro lado para darnos su apoyo incondicional para la culminación del presente trabajo.

A Dios por darnos la oportunidad de culminar el presente proyecto, a nuestras familias por su apoyo sincero y desmedido.

**Los Autores**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica del Norte, por abrir sus puertas a la Facultad de Ciencia y Tecnología por ayudar a formar nuestro carácter, a todos y cada uno de nuestros maestros por despertar en nosotros la inquietud de ser mejores como personas y como profesionales.

**Los autores**

## ÍNDICE

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Resumen	v
Summary	vi
 Introducción	 1
 <b>CAPÍTULO I</b>	 <b>3</b>
1. El Problema De Investigación	3
1.1. Antecedentes	3
1.2 Planteamiento Del Problema	5
1.3 Formulación Del Problema	6
1.4. Delimitación	7
1.4.1 Delimitación Espacial	7
1.4.2 Delimitación Temporal	7
1.4.3 Subproblemas	7
1.5 Objetivos	8
1.5.1.- Objetivo General	8
1.5.2.- Objetivos Específicos	8
1.6. Justificación	9
1.7 Factibilidad	10
 <b>CAPITULO II</b>	 <b>13</b>
2. Marco Teórico	13
2.1 Fundamentación Filosófica	13
2.2 Fundamentación Epistemológica	14
2.3. Fundamentación Psicológica	29
2.4. Fundamentación Económica	36
2.5. Fundamentación Educativa	37
2.6. Fundamentación Social	37
2.7. Fundamentación Técnica	38

2.8. Fundamentación Tecnológica	39
2.9. Teorías Del Diseño Grafico	41
2.10. Posicionamiento Teórico Personal	48
2.11. Glosario	48
 <b>CAPITULO III</b>	 52
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.1tipos De Investigación	52
3.2 Métodos	52
3.3. Técnicas	53
3.4. Muestra	54
	54
 <b>CAPITULO IV</b>	
Análisis e interpretación de resultados	57
 <b>CAPÍTULO V</b>	 67
5. Conclusiones Y Recomendaciones	67
5.1. Conclusiones	67
5.2. Recomendaciones	68
 <b>CAPITULO VI</b>	 69
PROPUESTA ALTERNATIVA	69
 Anexos	 112

## RESUMEN

En la actualidad el diseño de camisetas tiene una amplitud considerable, de tal modo que especifica su campo de acción acompañándose de nuevas tecnologías. El objetivo general del presente trabajo es el siguiente Diseñar un catálogo de estampados turísticos para la impresión de las camisetas promocionales de la ciudad de Otavalo con alternativas visuales diferentes y características propias de la región para los turistas nacionales y extranjeros; apoyándonos en objetivos específicos dentro de los cuales podemos mencionar: Utilizar el diseño gráfico en el proceso de la serigrafía en camisetas mediante técnicas actuales, promocionar la riqueza cultural de la ciudad de Otavalo, presentar una propuesta visual, socializar la propuesta. La metodología empleada fueron el método inductivo, deductivo, el análisis, la síntesis; se realizaron encuestas a turistas y artesanos de la ciudad de Otavalo, obteniendo como resultados que un 75% dice que es importante que se cree un catálogo con estampados de lugares turísticos de la ciudad de Otavalo. Por lo cual se concluye que los turistas si apreciarían nuevos y mejores modelos de estampados en las camisetas, para promocionar de mejor manera la ciudad de Otavalo. Y se recomienda implementar el presente proyecto en el país por su alta rentabilidad para los artesanos y así enriquecer la cultura Otavaleña.

## SUMARY

At the present time the design of T-shirt has a considerable width, in such a way that specifies its action field accompanying of new technologies. The general objective of the present work is the following one to Design a catalog of tourist printings for the impression of the promotional T-shirt of the city of Otavalo with alternative visual different and characteristic characteristic of the region for the national tourists and foreigners; leaning on in specific objectives inside which we can mention: To use the graphic design in the process of the serigrafía in T-shirt by means of technical current, to promote the cultural wealth of the city of Otavalo, to present a visual proposal, to socialize the proposal. The used methodology was the inductive, deductive method, the analysis, the synthesis; they were carried out surveys to tourists and artisans of the city of Otavalo, obtaining as results that 75% says that it is important that one believes a catalog with printings of tourist places of the city of Otavalo. Reason why you concludes that the tourists if new and better models of printings would appreciate in the T-shirt, to promote in a better way the city of Otavalo. And it is recommended to implement the present project in the country for their high profitability for the artisans and this way to enrich the culture Otavaleña.





## INTRODUCCIÓN

Si partimos de la concepción de que la palabra diseño proviene del término italiano disegno, que significa delineación de una figura, realización de un dibujo.

En la actualidad, el concepto diseño tiene una amplitud considerable, de tal modo que especifica su campo de acción acompañándose de otros vocablos, como el diseño gráfico, diseño textil, diseño mecánico, diseño estructural, diseño de asentamientos humanos, diseño arquitectónico, diseño de plantas industriales, diseño de proceso.

La producción masiva a partir de la revolución industrial sentó los principios básicos para que el término diseño se entendiera como un nuevo concepto internacional desde los primeros años del presente siglo.

De acuerdo a lo que plantean Cross, Elliott y Roy; Diseño en la actualidad se toma como innovación, como creación, como avance, como solución renovadora, como un nuevo modo de relacionar un número de variables o factores, como una nueva forma de expresión, como el logro de una mayor eficacia.

El presente trabajo de grado nace de necesidad en la ciudad de Otavalo que muchas de las personas que se inclinan en comprar camisetas diseñadas, existen modelos iguales, y con figuras que no son de nuestra cultura que por falta de conocimiento se han realizado figuras mayas y aztecas que si bien han tenido influencia en el desarrollo de nuestra cultura, sin embargo se debería resaltar y recalcar los lugares turísticos y las cosas autóctonas para que los turistas nacionales y extranjeros vean cosas distintas y novedosas que darán mejor resultado en la comercialización de estos estampados para estar a la vanguardia en continua interacción con la tendencia de la moda, y ser más competitivos con los mercados internacionales.

La guía de estampados que se propone es una línea que se creará para los usuarios para satisfacer las necesidades del consumidor brindándole la comodidad y calidad.

El producto a ofertar contaría con varios modelos, no solo por los diferentes colores e ilustraciones, sino por las formas diferentes que adquieren. Se fabricaran en diversos materiales, se estamparán infinidad de fotos, dibujos e ilustraciones de mensajes, lo cual refuerza el carácter festivo y desenfadado de la prenda.

La camiseta normalmente está fabricada en algodón o en poliéster. Normalmente van decoradas en la parte delantera.

## **CAPÍTULO I**

### **3. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. ANTECEDENTES**

Sabemos que la interacción de los primeros grupos cazadores recolectores va haciendo su arraigo al correr de miles de años en su afán de subsistir. Se organizan grupos humanos cada vez más cuantiosos regulando su existencia social del diario vivir con mecanismos que permitieron el surgimiento de identidades colectivas particulares sobre una base de la comunidad regional.

Otavalo cuenta con una infraestructura turística de primera, famosa por el multicolor mercado indígena. Se podrá disfrutar de sus fiestas tradicionales y apreciar su amplia riqueza cultural que se las celebra el mes de junio, INTI RAIMI, que es la manifestación más auténtica del mundo indígena, y en el mes de Septiembre; COLLA RAIMI (fiesta del Yamor).

Varias comunidades indígenas quichuas forman el actual pueblo Otavaleño, sus viviendas esparcidas por el campo, construidas en el barro, junto a un galpón que sirve de taller para su telar y un pequeño huerto en torno a la cultura del Maíz.

A pesar de esta variedad de interpretaciones, en cuanto al origen de las comunidades: Imbayas, Sarances y Otavaleña, sí podemos afirmar que en un momento de la migración, fueron interactuando grupos de cazadores-recolectores, por la necesidad de subsistir, lo que generó, en un segundo momento, un conocimiento del medio, de las plantas y de los animales a tal punto que desarrollaron sistemas de agricultura, de irrigación, domesticación de animales y, en una forma lenta y paulatina, empezaron a producir ricas expresiones artesanales, alcanzando niveles elevados de organización y de producción.

Estas formas de organización de los Imbayas, Sarances y en especial las de Otavalo, fueron codiciadas por los Incas, quienes comandados por Túpac-Yupanqui, avanzaron hacia Atuntaqui, Cayambe, Otavalo, para dominarlos, cosa que no fue fácil, ya que Hualcopo y Caranqui, junto con Caciques de Cayambe y Otavalo, organizaron una resistencia inquebrantable que duró aproximadamente 17 años.

Seguidamente de las guerras incásicas llegó la invasión española, donde organizaciones indígenas de Cayambe, coordinadas y dirigidas por los caciques Píntag y Nazacota Puento, debilitaron las agresiones de los invasores.

A pesar de todos estos esfuerzos, en 1534 se da lugar la fundación española con asiento en Otavalo, probablemente en la parcialidad de Santiaguillo. Se puso como límites: al norte, la provincia de Pastos, al sur el río Pisque, al oriente San Miguel de Sucumbíos y el territorio de los Mocoas y por el occidente la antigua provincia de Atacames, hasta la unión de los ríos Guayllabamba y Llumiragua.

Los intereses tanto de los Incas como de los españoles eran conquistar comunidades organizadas y productivas, es así como Otavalo fue vista como una fuente inagotable de riqueza, por su agricultura y por el desarrollo de las artesanías. Por un lado, los Incas introdujeron el sistema de Mitimaes para intercambio de conocimientos, garantizando de esta manera la producción, por otro lado, los españoles aprovecharon todas estas formas de organización e implementaron mecanismos de explotación generadores de riqueza que salían a modo de tributos, a través de la mita, el concertaje.

En 1557, se establece el Corregimiento de Otavalo. Para Noviembre de 1811, la Junta Governativa y Capitanía General de Quito, asciende al Corregimiento de Otavalo a la Categoría de Villa, declarándola Centro de operaciones militares contra la Nueva Granada. Pero es el 31 de Octubre de 1829 que Simón Bolívar le da categoría de Ciudad.

## **1.2 Planteamiento del problema**

La ciudad de Otavalo es conocida a nivel nacional e internacional, gracias a estrategias publicitarias, pues han sido los propios artesanos quienes han difundido cuando viajan a otros países la novedad de que en Otavalo existen varios lugares turísticos para que todos quienes visitan lleven consigo un recuerdo de aquel lugar tan cultural y a la vez novedoso para ellos.

En Otavalo su población es caracterizada por el ejercicio de comercio principalmente artesanal, constituyendo en grandes fuentes de trabajo para los pobladores de este sector. Con el fin de promocionar las

diferentes artesanías lo mejor sería organizar un catálogo de artesanías que puede encontrar y una serie de creativos y llamativos de estampados que podrían ser impresos en camisetas y llevar recuerdos maravillosos de su paso por este lugar del Ecuador,

Los diversos lugares turísticos son tomados en cuenta dentro de los itinerarios programados en una gira turística, entonces cabe preguntarse si dentro de aquel itinerario no hubiese constado un catálogo turístico; ¿no llegarían a conocer los lugares turísticos?, ¿encontrarían tal vez alguna valla letrero, publicidad que hable de cómo llegar o de que van a encontrar en esos lugares?

El fenómeno de la globalización excluye a aquellos que no siguen un mismo ritmo de competitividad y se limitan a esperar que los turistas lleguen a no dejar pasar la oportunidad de avanzar y de tener mejores beneficios; necesitan darse a conocer y para lograrlo deben empezar en casa.

Si en estos momentos tienen altas cifras de turistas que visitan los diversos lugares, empleando un buen catálogo con información del lugar turístico podemos multiplicar las cifras y beneficios tanto turísticos como para la colectividad.

### **1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo promocionar por medio de un catálogo de estampados de lugares turísticos para el mejoramiento de la promoción de la ciudad de Otavalo?

#### **1.4. Delimitación**

##### **Unidades de Observación**

<b>POBLACIÓN DE OTAVALO</b>	
HOMBRES	50.446
MUJERES	54.428
<b>TOTAL</b>	<b>104.874</b>

##### **1.4.1 Delimitación Espacial**

La presente investigación se realizará en la ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura.

##### **1.4.2 Delimitación Temporal**

El desarrollo de este proyecto se llevará a cabo durante el segundo semestre del año 2012.

##### **1.4.3 Subproblemas**

¿Es necesario innovar los estampados de las camisetas en la ciudad de Otavalo?

¿Se debe promocionar a los lugares turísticos de la ciudad de Otavalo?

¿Cómo incide el diseño gráfico en el diseño de camisetas?

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1.- Objetivo General**

Diseñar un catálogo de estampados turísticos para la impresión de las camisetas promocionales de la ciudad de Otavalo con alternativas visuales diferentes y características propias de la región para los turistas nacionales y extranjeros.

### **1.5.2.- Objetivos Específicos-**

- Utilizar el diseño gráfico en el proceso de la serigrafía en camisetas mediante técnicas actuales y llamativas.
- Promocionar la riqueza cultural de la ciudad de Otavalo mediante impresiones de lugares turísticos, objetos, artesanías entre otros en camisetas.
- Presentar una propuesta visual diferente para los estampados de las camisetas en Otavalo.
- Socializar la propuesta de los estampados turísticos a los artesanos de Otavalo.



## **1.6. JUSTIFICACIÓN**

Otavalo, por su reconocimiento como uno de los lugares turísticos más importantes y visitados por turistas tanto nacionales como extranjeros y por su riqueza en gastronomía, tradiciones y costumbres se presenta como una ciudad abierta a proyectos de índole socio-económico presentando grandes ventajas para los inversionistas en esta área.

Para la Ciudad de Otavalo y su población, la creación de una microempresa de camisetas promocionales con lugares turísticos, tiene un gran contenido social ya que rescata culturas, conocimientos y costumbres de los indígenas de Otavalo, lo cual es un patrimonio e identidad del cantón, la provincia y del país; además de que el turismo extranjero en sí y en cualquier lugar del mundo permite dinamizar, desarrollar y crecer a las economías y pueblos locales donde se desenvuelven este tipo de negocios, generando trabajo a personas nativas y residentes de la zona y por otra y permite obtener ingresos provenientes del exterior y distribuirlos en las economías que están en la zona.

Este proyecto se lo realizó amparado bajo una de las políticas que profesa el Municipio de Otavalo, que es la de lograr un desarrollo de todos los habitantes en cuanto a niveles económicos, culturales, educativos y mejorar el estilo de vida de los habitantes. El Municipio de Otavalo tiene la iniciativa de promover proyectos de desarrollo humano para el bien común por lo cual se cuenta con apoyo del municipio de forma legal y económica, incluso se pudo agilizar la otorgación de recursos económicos a través de una ONG (Organización No Gubernamental).

Como estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte y ciudadanos de la provincia de Imbabura nos preocupa que a pesar de la antigüedad de los diversos lugares turísticos de la Ciudad de Otavalo estamos interesados que el panorama no cambie con miras a mejorar; siendo el turismo un pilar fundamental en la economía local y nacional, pues no se aplican estrategias de publicidad como catálogo de estampados turísticos que contribuyan en el ámbito económico, social para la colectividad.

Para el comercio de la ciudad de Otavalo es importante la creación de nuevos estampados de lugares turísticos para la promoción nacional e internacional, dado que permite evaluar el nivel de impacto de la balanza comercial sobre los recursos económicos del país.

La gratificación emotiva cubre toda la gama de las emociones humanas, pero básicamente permite que de alguna manera el comprador se sienta mejor, por lo cual la imagen de un producto se convierte en una importante estrategia de venta, pero debemos contar con verdaderos estudios de mercado que nos indiquen la potencialidad del nuevo producto para llegar al cliente.

## **1.7 FACTIBILIDAD**

El presente documento se constituyó en un valioso aporte y recurso para vendedores, turistas nacionales y extranjeros, lo cual les permitió mejorar la calidad de promoción de la ciudad de Otavalo por medio de los productos ofertados.

**Viabilidad técnica.-** Se contó con el asesoramiento de personal especializado, con experiencia, los criterios y sugerencias de los especialistas consultados, cuyo análisis y sistematización permitió identificar puntos estratégicos para desarrollar la imagen de lugares turísticos de la ciudad de Otavalo.

**Viabilidad económica.-** La implantación de esta empresa se accederá con capital propio y con proyectos para el municipio de Otavalo y ONG s, también se tratará acceder a un préstamo con la CFN, Corporación Financiera Nacional, al ser un proyecto de inversión depende, en gran medida, de la disponibilidad de las materias primas. Incluso en múltiples ocasiones, el proyecto surge a partir de la existencia de materias primas susceptibles de ser transformadas o comercializadas. El objetivo primordial del proyecto es de mejorar la calidad de vida de los artesanos de la ciudad de Otavalo.

**Viabilidad Social y Práctica profesional.-** Esta propuesta surge de la práctica y la experiencia profesional por cuanto es fácil comprobar que los turistas se guían por lo que observan y compran productos guiados por la imagen.

**Tiene trascendencia.-** Porque con los resultados de la presente investigación se podrán hacer sugerencias para dar importancia a las camisetas con estampados de lugares turísticos de la ciudad de Otavalo, además los resultados obtenidos pueden ser medidos, manipulados, determinar conclusiones y formular recomendaciones.

**Acceso a la información.-** El acceso a la información del proyecto ha sido mediante la recopilación bibliográfica y mediante las encuestas que fueron realizadas a turistas nacionales, extranjeros, que visitan la ciudad de Otavalo.

## **CAPITULO II**

### **4. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

La filosofía busca explicar la realidad en la que estamos, para ello se vale de una gran variedad de artimañas y se sitúa en diferentes perspectivas para hacerlo. Busca responder a las preguntas básicas acerca de la naturaleza, el universo, el ser, el saber y el valor

El ¿Qué?

El ¿Cómo?

El ¿Por qué?

Y ¿Para qué?

Es por todo ello que para el diseño de estampado de camisetas se debería manejar esos mismos parámetros.

Si nos damos cuenta, mucho de la tarea de la filosofía está incluida en la labor del diseño, como la hermenéutica, es decir, la interpretación de las cosas, también la semiótica, es decir, el significado que tienen los objetos en el entorno y más allá de eso, cómo el hombre interacciona con éstos para conocer el mundo y a su vez generar conocimiento. ¿Suena como que la filosofía se coló por allí?

La investigación se lleva un gran porcentaje del crédito para lograr un buen diseño, conocer los alcances y diferentes formas de investigar,

recabar conocimientos o llamémosle “filosofar”, ejercen un impacto directo sobre los resultados que podemos lograr.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA.**

### **HISTORIA DE LAS CAMISETAS Y LA SERÍGRAFÍA**

#### **Historia de la camiseta**



Según <http://www.protocolo.org> (2012) En el siglo XIX se desarrolló la idea de la ropa interior, aunque ya en el antiguo Egipto ya existían prendas similares de una sola pieza. El origen de la camiseta no está muy claro, pero empezó su desarrollo especialmente desde California a Gran Bretaña a partir

de primeros del siglo XX. Algunos dicen que la idea de “camiseta” llegó a Estados Unidos durante la Primera Guerra Mundial, cuando los soldados americanos observaron cómo los europeos utilizaban prendas ligeras fabricadas en algodón, frente a sus calurosas prendas fabricadas con lana. Otra teoría atribuye su creación al año 1913 por la marina de guerra de EEUU. **Pág. 1 (Consulta en línea)**

En 1932 Howard Jones pidió que la compañía ‘Jockey’ (de ropa interior) desarrollara una camisa absorbente del sudor para el equipo del fútbol de USC, a que él llamaba la ‘camiseta moderna’.



Durante la Segunda Guerra Mundial la camiseta era ropa habitual en el ejército americano y la marina. Aunque la camiseta era formalmente ropa interior, los soldados dieron un uso más frecuente de él sin utilizar camisa para realizar las tareas más pesadas y en lugares especialmente calurosos. Después de la Segunda Guerra Mundial se fue extendiendo cada vez más en el mundo civil.

En los años 60 la camiseta pasó a ser la ropa de la juventud, y se empezó a teñir de multitud de colores y a realizar impresiones sobre ellas. Se utilizan tintes especiales que duran muchos lavados.

En los años 70 llega la camiseta negra y es la prenda habitual en conciertos y en la vida juvenil.

En el siglo XXI, con las nuevas tecnologías y el fenómeno de internet surgen las empresas que personalizan las camisetas, incluso uno mismo puede crear su propia prenda desde su casa.

Su comodidad y barata fabricación fueron claves para su rápido desarrollo.

La serigrafía es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre casi todos los materiales, consiste en transferir una tinta a través de una gasa (anteriormente era con una seda, tensada en un marco, de ahí el nombre), el paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen mediante una emulsión o barniz, quedando libre la zona donde pasará la tinta.

Se sitúa la gasa, unida a un bastidor para mantenerla tensa, sobre el soporte a imprimir y se hace pasar la tinta a través de ella, aplicándole una presión moderada con una rasqueta, generalmente de caucho.

## **Revolución cultural**

**Según [www.frikada.wordpress.com](http://www.frikada.wordpress.com) (2012)** En resumen, quizás algo tan cotidiano como la camiseta haya pasado desapercibido ante nuestros ojos, pero realmente ha sido una revolución en las prendas de vestir en el mundo: camisetas divertidas, camisetas de culto, camisetas de vestir, camisetas deportivas, camisetas friki, camisetas retro, camisetas de cine, camisetas personales, camisetas personalizadas, camisetas con mensaje,... es un mundo infinito y otra forma de **LIBERTAD. Pág. 3 (Consulta en línea).**



## LA SERIGRAFÍA

### ETIMOLOGÍA

**Según M. Riat, Técnicas Gráficas, v. 3.00** Serigrafía es una técnica muy antigua de reproducción de imágenes cuyo principio es el uso de una máscara (esténcil) para bloquear el paso de la tinta por las áreas que no se deben imprimir. **Pág. 125**

La reproducción de imágenes por el uso de esténcil es conocida desde los tiempos más remotos.

**Según Velonis**, su investigación condujo a la acuñación de una nueva palabra, serigrafía, de la palabra en latín sericum (queriendo decir "seda") y los griegos expresan a graphein (teniendo la intención de "dibujar o escribir"). Este término nuevo fue también favorecido por Carl Zircosser, un director de escena de la galería de Nueva York y un posterior curador de impresiones y dibujos en la Philadelphia Museum de Bellas Artes, quien organizó la primera parte de toda exhibición de serigrafía en abril de 1940.

Entonces la serigrafía proviene de dos palabras que son:

SERICUM (palabra en latín) = SEDA

GRAPHEIN (palabra griega) = DIBUJAR O ESCRIBIR

Aunque los Anglosajones reservan el nombre de SilkScreen (pantalla de seda)

Esto para el campo comercial y el término de serigrafía lo aplicaban a las de carácter Artístico.

## **HISTORIA ANTES DEL SIGLO XX**

**Según M. Riat, Técnicas Gráficas, v. 3.** La serigrafía es un refinamiento de la impresión con plantillas, practicadas ya en la antigüedad, fue usado para hacer símbolos y decoraciones en tiempos lejanos. **Pág. 127**

Algunas culturas han dejado, restos arqueológicos que evidencian la aplicación de plantillas (permite construir el diseño)

## **PRIMERAS PLANTILLAS DE IMPRESION**

**Según <http://www.buenastareas.com/ensayo>:** Es el caso de los primeros hombres primitivos que usaron las primeras plantillas, que fueron sus propias manos, aparecen sobre las paredes de las cuevas de Gargas y Tibiran en el Pyrenees Frances y en Maltravieso en la provincia española de Extremadura. **Pág. 3**

El estarcido más antiguo que se conoce se encuentra en la cueva de las manos (situada en la Patagonia chilena y argentina)

**Según <http://www.buenastareas.com/ensayo>** Sobre estas paredes existen más de doscientas copias de manos, curiosamente deformes por la enfermedad o el accidente de estas personas, pero colocado con un sentido decorativo de modelo y de pintura. **Pág. 4**

Es decir soplaban con la boca, o embadurnaban (manchaban) alrededor de las manos para crear copias negativas sobre tierras coloreadas.

Poseían tintes: Negro obtenido del carbón o depósitos de manganeso, rojos de óxidos de hierro y ocre.

En otros casos, las manos fueron presionadas en el color mismo e imprimidas sobre las paredes como imágenes positivas.

En las islas Fiji de Océano Pacífico del sur, hay indicaciones de que han sido encontradas plantillas hechas de materiales naturales como las hojas de los plátanos, que hicieron agujeros, entonces a través de estos agujeros fueron imprimiendo con tintes de verduras en las prendas de vestir y en la corteza de los árboles.

Sin embargo, debido a la fragilidad de los materiales, pocas evidencias han sobrevivido.

## **PLANTILLAS EN CHINA Y JAPON**

La serigrafía es un sistema de impresión milenario. Si bien no hay datos exactos, se cree que se remonta a la antigua China, La Serigrafía apareció por primera vez en una forma reconocible durante la dinastía de Song (960-1279 d.C.)

Fueron hechas con Stencil las imágenes dobles de Buda, las que han sido encontrados en las cuevas de Tun-Huang en China occidental.

**Según <http://socyhumanasdelaumet.onlinegoo.com>** En la que según una leyenda dice que utilizaban cabellos de mujer entrelazados a los que les pegaban papeles, formando dibujos que luego se laqueaban (BARNIZAR con laca) para que quedaran impermeables. Posteriormente se cambió el material por la seda. **Pág. 4 (Consulta en línea)**

En China se usó estencil sobre sedas preciosas, una materia solicitada que probablemente fue introducida al Oeste por Marco Polo en los últimos años del siglo XIII y principios del siglo XIV.

Fue un empleo sofisticado el proceso desarrollado de la plantilla , a partir del siglo III, en la China , la técnica de estenciles fue perfeccionada con el uso de la tela de seda como soporte para la imagen.

Por los años 500 d.C. el Japonés, en su búsqueda para dar mayor detalle y precisión, creó varias innovaciones porque el mayor inconveniente que han presentado siempre las plantillas es el de encontrar la forma de vincular las áreas aisladas, dentro del dibujo principal, con él. Este problema se resuelve tradicionalmente practicando puentes que unen ambas partes de la plantilla, procedimiento muy poco dedicado y nada idóneo, y en consecuencia sólo apto para diseños de cierta calidad.

Se necesitaba un método que permitiera transferir diseños con zonas aisladas sin que los puentes quedaran reflejados en el producto final.

**Según:** <http://socyhumanasdelaumet.onlinegoo.com> Se atribuye a los japoneses el descubrimiento de la mejor solución para el problema. Cortaban dos papeles exactamente iguales para cada diseño que deseaban copiar, encolaban una trama de cabello humano sobre uno de ellos, de forma que mantuviese todas sus partes en la posición correcta, y el segundo papel recortado se encolaba sobre el primero por el lado contrario al del cabello. De esta forma transferían complejos diseños a telas y vestidos, haciendo pasar el colorante a través de las zonas abiertas de la plantilla sobre cualquier superficie. **Pág. 6 (Consulta en línea)**

Además de estarcir túnicas y decoraciones, el chino, los Japoneses también hicieron las impresiones en cuadros. Algunas fuentes piensan que este uso de tela de seda fue como un vehículo del estampado.

## **PLANTILLAS EN EUROPA**

La Edad Media es el período histórico de la civilización occidental comprendido entre el siglo V y el XV. Su comienzo se sitúa convencionalmente en el año 476 con la caída del Imperio romano de Occidente y su fin en 1492 con el descubrimiento de América,[] o en 1453 con la caída del Imperio bizantino, fecha que tiene la ventaja de coincidir con la invención de la imprenta (Biblia de Gutenberg) y con el fin de la Guerra de los Cien Años.

En la Edad mediana, se pintaba con betún la imagen negativa sobre una tela. Después del secado, se utilizaba un cepillo para forzar la tinta para pasar por las áreas abiertas de la supuesta matriz.

Esta técnica era usada para la fabricación de banderas y uniformes militares, identificándolos, por ejemplo, con la Cruz de los Cruzados.

Durante las cruzadas, las cruces rojas fueron algunas veces estarcidas encima de túnicas (vestidura sin mangas) por un método de escribir en letras de imprenta.

En esta época se usaban plantillas combinadas con bloques de madera, para imprimir naipes y ornamentaciones. También se utilizaron para pinturas religiosas y para iluminar manuscritos, esto en el siglo XI. En el siglo siguiente comenzaron a usarse en Inglaterra para la Industria, inmensamente popular, del empapelado de paredes.

Los artesanos europeos desarrollaron los aspectos más utilitarios de estarcir. En el norte de Europa los estéciles se usaron para colorear naipes y cuadros religiosos impresos de adoquines de madera.

Gradualmente, el oficio comenzó a usarse para realzar el mobiliario, telas, y papel tapiz. En Francia el empapelado estarcido disfrutó de la gran popularidad debajo de la influencia inventiva del papillon de la mezclilla.

En Inglaterra a finales del siglo XVIII y el siglo XIX, se llenaron de escritos estarcidos, paredes, pisos, tejidos, y enseres.

También fabricaban unas calcomanías que se aplicaban en los artículos de uso diario, platos, vasos, etc. En Europa se utilizó para imprimir telas, en lo que se llamó "impresión a la lionesa", por ser el lugar en donde se aplicaba este sistema.

## Japón

No fue, sin embargo, hasta que Matthew C. Perrys peregrinara para Japón a mediados del siglo XIX al comercio japonés para saber el ¿cómo hacían los estampados? , en que los artesanos del Oeste empezaron a incorporar los métodos del estencil más sofisticados traídos del Japón.

En el Japón, las telas de seda pasaran a ser tensadas, fijados en cuadros de madera y el estencil grabado con cera de abeja. Esa evolución permitió la reproducción de imágenes con detalles.

## LA SERIGRAFIA EN EL SIGLO XX

**Según <http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/primer> (2012)**

Antes del desarrollo de pantalla, la mayoría de telas estaba impresa usando rodillos de grabado. Este proceso fue caro y limitativo, mientras que el proceso nuevo de la pantalla fue económico y dejó a los fabricantes de textiles usar diseños más bonitos y con colores más brillantes, lo cual penetró más profundamente en la tela. Estas características actuaron como los incentivos, conduciendo a los grandes avances técnicos y el uso de máquinas automatizadas. **Pág. 3 (Consulta en línea)**

A partir del siglo XX, varias innovaciones técnicas fueron incorporadas: el cepillo fue sustituido por una manigueta (espátula) de goma, se introdujo el proceso fotográfico para el grabado de la matriz, se amplió la relación de materiales disponibles y la seda fue sustituida por telas sintéticas cada vez más avanzado y preciso.



Con el desarrollo de nuevos tipos de emulsiones, el proceso de grabación avanza a niveles de definición y resolución cada vez mayores. Se elaboraron varios tipos de cuadros, nuevas tintas y equipos automáticos de impresión y limpieza.

Serigrafía primero fue patentado en Inglaterra por Samuel Simon (un artesano de Manchester) en 1907, obtiene la concesión de una patente para el uso de un tejido de seda, que sostiene un estarcido sin puentes, naciendo entonces un procedimiento que se llamó industrialmente: TAMIZ, TRAMA, PANTALLA DE SEDA, POCHOIR DE SEDA, etc. Y se designó por último como SERIGRAFIA. Fue utilizado originalmente como un método popular para imprimir papel de la pared muy costoso, impreso en lino, seda y otras telas finas.

Es en Estados Unidos, y con el auge de la fotografía y los productos químicos, donde toma un impulso espectacular; por ser un método muy versátil para poder imprimir en muchos materiales, hoy en día pueden distinguirse miles de artículos procesados con serigrafía.

Western screen printers developed reclusive, defensive and exclusionary business policies intended to keep secret their workshops' knowledge and techniques. En el año 1910, Roy Beck, Peter Charles Edward y Owens estudiaron y experimentaron con sal de ácido crómico sensibilizados, emulsiones para plantillas foto-reactiva.

Este trío de desarrolladores probaría revolucionar la industria de la pantalla de impresión comercial mediante la introducción de plantillas fotográficas a la industria, aunque la aceptación de este método tardaría

muchos años. Commercial screen printing now uses sensitizers far safer and less toxic than bichromates. Roy Beck, Charles Peter and Edward Owens studied and experimented with chromic acid salt sensitized emulsions for photo-reactive stencils.

En 1914 en San Francisco, un diseñador de publicidad, el americano John Pilsworth desarrolló un método de serigrafía de muchos colores, que fue rápidamente adoptado por los anunciantes y estudios comerciales. Este proceso permitía hacer miles de impresiones con una sola plantilla, e imprimir directamente sobre cualquier material de superficie plana, en cualquier tamaño y sin necesidad de maquinaria. Artistas y artesanos han seguido experimentando desde entonces.

**Según <http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/primer> (2012)**

En los Estados Unidos la impresión de la pantalla desarrolló casi exclusivamente dentro de la industria comercial del estampado, John Pilsworth perfeccionó y patentó un proceso multicolor de la pantalla, llamó el método Selectasine, lo cual condujo al uso ancho de la impresión de la pantalla en la industria creciente de publicidad. Sólo una pantalla fue usada y el área de color más grande impreso primera parte; Entonces la parte del diseño fue la que se bloqueó la visión con goma y un segundo color impreso; Y de igual manera hasta que la impresión se acabó. Otras compañías idearon procesos similares, y la competencia sucedió, con cada firma protegiendo sus métodos. **Pág. 4 (Consulta en línea)**

Las primeras serigrafías sobre papel (carteles publicitarios) aparecen en Estados Unidos en 1916 con una nota pendiente de

concesión. La primera patente concedida es para la técnica Selectasine este método implantado por John Pilsworth que se le otorga en 1918.

Luego, Pósteres, despliegues, señales, y vallas publicitarias fueron producidos a raudales. Pronto otras aplicaciones comerciales aparecieron, y la industria expandió rápidamente.

El potencial para escribir en letras de imprenta en diversas clases de materiales, y el mobiliario de superficies, las pantallas, las alfombras, la cristalería, el plástico, los juguetes, y los tejidos, etc. parecieron casi no tener fin. Los plásticos, las latas, y una multitud de formas inusuales fácilmente podrían ser escritos en letras de imprenta.

## **LA SUBIDA DE LA SERIGRAFIA**

Durante la Depresión, un número de artistas interesados en las posibilidades estéticas del medio formó un grupo del liderazgo de Anthony Velonis en la ciudad de Nueva York y recibió permiso de la Gerencia de Progreso de Obras para establecer una unidad en estampado de la pantalla. La WPA fue una agencia única establecida para aliviar el desempleo extendido creado por la Gran Depresión. A los artistas les fueron otorgados estipendios semanales dados para crear pósteres, impresiones, pinturas, murales, y otros trabajos de arte. Fue la primera vez en la historia americana que los artistas recibieron subsidios federales a fin de que podrían continuar haciendo arte.

Este grupo de artista expandió los aspectos creativos de la impresión de la pantalla a través de sus experimentos con estencil, sacando texturas, colores sobreimprimiendo.

1930 muchos artistas comenzaron a probar su mano con el nuevo medio. Sin embargo, porque las oportunidades de exhibición estaban limitadas, debido a que la pantalla escribe en letras de imprenta en relación comercial, que fue sentida por supuesto entonces estas impresiones lo relacionaban al comercio.

Guy Maccoy fue el primero en utilizar la técnica de la serigrafía con fines artísticos. Realizó sus dos primeras serigrafías en 1932; ambas eran alrededor de 9 x 11 pulgadas y tiró aproximadamente 40 copias de cada diseño. En 1938 tuvo su primera exposición individual, la primera de serigrafías en una galería.

Por 1940 el National Serigraph Society estaba fundado. Su programa activo de viajar a través de exhibiciones, conferencias, impresiones para soportar y ensanchar el interés en el mundo de la serigrafía.

Los artistas como Ben Shahn, Mervin Jules, Ruth Gikow, Edward Landon, y Hyman Worsager estaban intrigados por el medio.

Con la subida del expresionismo abstracto en 1950, hubo una disminución de interés por la serigrafía.

Entre artistas de prestigio usaron el medio para enfocar la atención en la técnica en vez del contenido, y sus imágenes estuvieran más o menos recluido a un realismo regional excepto por Jackson Pollock y Hans Hofmann, quien hizo algunas impresiones de la pantalla. La disminución general en el interés parece haber empapado aun a esos entusiastas antiguos desde los días WPA, porque por 1962 el Nacional Serigraph Society cede para existir.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA**

**Según <http://www.listindiario.com> (2012)** El uso de la psicología Cognoscitiva ha abierto un vasto campo de conocimiento al diseño gráfico para influir sobre la sociedad de una manera más eficiente y activa. (Pág. 6) Consulta en línea. **Pág. 3**

**El libro rojo de la Publicidad:** Es posible llegar a conocer todas las cosas que el cliente desee utilizando la psicología y la comunicación haciendo más fácil el momento del diseño, ya que por medio de estos se sabrán los gustos del cliente, qué este busca con su diseño y como impactar a los consumidores del mismo. **Pág. 45**

**Según <http://www.monografías.com> :** “Se puede decir, que mediante la Gestalt se descubrieron los significados que pueden traer ciertos gráficos, por eso, en algunas terapias de niños, el psicólogo le pide al paciente que dibuje algo y así el psicólogo puede relacionar ciertos trazos con algo de la vida del niño. Además de que, un diseñador gráfico, para elegir los colores que va a utilizar en sus diseños, debe conocer la

psicología del color para entonces conocer qué sensaciones tiene cada color en las personas.” **Pág. 2 (Consulta en línea)**

**Según Fundamentos del Diseño Gráfico :** La teoría Gestalt permite el análisis del Diseño desde el punto de vista de las leyes de la percepción, los que se pueden corroborar desde múltiples fases, abarcativas de la captación de la figura por el ojo humano y su configuración desde su aplicación efectiva por medio de una integración filosófica: ver la totalidad. El núcleo de la Psicología de la Gestalt gira en torno a la siguiente afirmación: La percepción humana no es la suma de los datos sensoriales, sino que pasa por un proceso de reestructuración que configura a partir de esa información una forma, una Gestalt, que constituye un todo, que no es la mera suma de las partes. Es anterior a las partes y fundamental para ellas. No es una composición de elementos. Las formas son totalidades cuya conducta no se determina por la de sus elementos, sino por la naturaleza interior total. **Pág. 28**

**Según El diseño versus la Psicología:** El manejo de la memoria a largo plazo del consumidor para la compra de algún producto, adquirir un servicio o uso de la vida diaria pueden ser manipulados por el diseñador gráfico a través de un buen manejo de los signos gráficos, las formas e imágenes, convirtiéndose esta es una de las maneras de cómo puede confrontar y vencer al cliente un diseñador. Dentro de este renglón entra en juego también la psicología del color, como el color es percibido por el individuo y lo que este significa, como debe ser utilizado y sus niveles contrastantes. **Pág. 37 ( Consulta en línea)**

**Según La gran manzana:** Las percepciones y las interpretaciones que los clientes pueden tener con respecto a un producto crean

dependencia o un gusto exagerado as formas que éste Posicionamiento alcanza entre los agentes están definidas por los propios agentes, les corresponden a ellos, como un efecto natural del estímulo que han recibido por parte de la Organización o personas que han creado un determinado producto.

**Según 2010/aq-sanmartin\_a/pdfAmont/aq-sanmartin\_a.pdf libro en línea: (2010)** La era en que vivimos, también conocida como de la información y el conocimiento, tiene diferencias significantes con respecto a sus antecesoras, no sólo en lo vertiginoso de su desarrollo, sino también por sus características que nos impulsan a aprender y entender nuevos conceptos que afectan la transmisión del conocimiento de formas nunca antes vistas. El conocimiento, la comprensión y uso de las nuevas TIC son hoy los factores determinantes en el crecimiento y cambio de la sociedad, que hoy otorga más valor al capital intelectual que al material. Pág. 215

**Para Marx**, el problema de si al pensamiento humano se le puede atribuir una verdad objetiva, no es un problema teórico, sino un problema práctico. Es en la práctica donde el hombre tiene que demostrar la verdad, es decir, la realidad y el poderío, o la terrenalidad de su pensamiento

## **EL COLOR EN EL DISEÑO DE CAMISETAS**

En la actualidad, la comunicación mediante signos no lingüísticos ha comprobado su contundencia y riqueza en la transmisión de mensajes, lo cual lleva a una transformación radical en la vivencia de la imagen.

El color participa de manera medular y una vez definido en anteriores ocasiones desde el punto de vista físico, nos resta analizar sus cualidades incidentales en la comunicación gráfica y validarlo como una herramienta mercadológica de gran escala.

El color tiene un significado fácilmente reconocible cuando se encuentra asociado con imágenes familiares como señales, o se encuentra aplicado en figuras simples; lo contrario ocurre y hasta su significado puede cambiar al encontrarse en un entorno complicado.

El color también se encuentra asociado a los símbolos como en la heráldica, la vestimenta o el arte. No obstante puede cambiar de acuerdo al medio sociocultural en que se aplique.

Permeados de toda influencia se encuentran colores universales que poseen el mismo significado sin importar las circunstancias. Por ejemplo y según los estudios de psicopercepción, el amarillo es el color del sol y asociado con la luz, el brillo, así como la atracción y la fuerza y por lo tanto es cálido.

**El ROJO** es el color del fuego y la sangre con asociaciones de peligro, excitante, estimulante, cálido y considerado como de los más fuertes y cargados de emociones.



**EI ANARANJADO** (rojo amarillento) suscita sentimientos de energía, ambición, determinación, alegría, triunfo, fisiológicamente activo, capaz de incitar a la digestión.

**EI VERDE** es considerado como matiz de transición y comunicación entre colores cálidos y fríos, asociado fuertemente con la naturaleza, con la vida, juventud, lealtad, esperanza, paz y equilibrio de emociones.

**EI AZUL** considerado como extremo opuesto entre polos de contraste, asociado por analogía con el agua, el cielo, frío por excelencia, tranquilo, produce sensaciones de frescura y serenidad, racionalidad y amplitud.

**EI VIOLETA** (azul rojo) es un color poco frecuente en la naturaleza, se asocia con el frío, es sedante, nostálgico, algunas asociaciones con la muerte, fragilidad, sinceridad, pasión y verdad.

**EI BLANCO** que no es considerado como un color desde el punto de vista físico. Perceptualmente se asocia con la neutralidad, la pureza, claridad, castidad, paz, limpieza, verdad e inocencia.

**EI NEGRO** considerado como lo opuesto del blanco desde el punto de vista físico, por lógica sus asociaciones se vinculan con oscuridad, misterio, muerte y en consecuencia es un color estático, serio, profundo y sin dimensión, solemne y en algunos casos simboliza la negación.

**EI GRIS** físicamente catalogado como mitad blanco y mitad negro lo consideran como un fusionado entre colores, se asocia con la sobriedad, tristeza, puede ser frío, denota cansancio e inconformidad, así como neutralidad o ecuanimidad.

**EI CAFE** es asociado con la confidencia, dignidad, fuerza. Se le considera ensombrecimiento del amarillo por lo que connota tristeza. En la naturaleza representa la madurez.

Tomado de: <http://www.latinbrain.net/modules/news/article.php?storyid=2>  
Consulta en línea 2012.

### **Relación Sujeto- Objeto**

Encontramos tres posiciones en la relación sujeto objeto, el modelo idealista, el mecanicista y el dialéctico, si el primero es subjetivista, el segundo es objetivista, el primero llamado también teórico y el segundo empirista. Las conceptualizaciones finales, los sujeto- objetos epistémicos, corresponden al modelo dialéctico, es este el tipo de vínculo que se espera del diseñador. Así el diseñador es el sujeto que plantea una lógica de organización. Carece de todo valor si no está relacionado con el objeto y no tiene sentido alguno fuera de la reflexión científica. Un diseñador no es quien a tientas se encuentra fortuitamente con el Diseño, sino quien tras la experimentación logra perfeccionar el objeto diseñado, el ser diseñado. El objeto del Diseño tiene un estatuto lógico, no material no ligado a observables teóricos particulares. Es normativo, comprende todas las posibilidades de interacción, es decir, incluye todos los objetos. Como veremos más adelante, el paradigma al que nos sujetaremos es el constructivismo, así que estudiaremos la postura dialéctica que será la relación sujeto – objeto.

Según <http://es.scribd.com/doc/27493131> : Diseñar es un acto creativo que nos permite hacer mejores a los seres humanos. Ante un frío terrible necesitamos de un abrigo que nos proteja, pero antes de hacerlo, hay que diseñarlo. El diseñar es una acción mental. No siempre la creación de lo diseñado va directamente acompañada del acto mental que es diseñar. Una persona puede diseñar y otro construir el proyecto para convertirlo en un ser diseñado, funcional, que responda (o lo intente) a la necesidad para lo que fue creado. Quien dibuja puede o no diseñar; quien diseña puede o no dibujar, conviene saber las similitudes pero también las diferencias entre ambas actividades. El Diseño es un proceso de mejora continua. Es común que se confunda el dibujar con el diseñar, a continuación se establecerán las diferencias. No se encuentra sinonimia entre el acto de dibujar y el de diseñar, aunque un Diseño a veces es representado con un dibujo. Pág. 15

**Según <http://es.scribd.com/doc/27493131> :** Dibujar es marcar sobre una superficie, real o virtual, así el dibujo es el resultado de ésta actividad: las marcas en una superficie. Denominaremos Diseño tanto al proceso como a producto del proceso, aunque en este texto hemos optado por preferir el término ser diseñado al resultado del proceso. Así el Diseño es la representación de la idea, de las emociones y sentimientos, con la expresa intención de solucionar alguna problemática social, o contribuir a la respuesta. El dibujo es una forma de registro del Diseño, es lo que le permite hacerse común y trascender el momento. El Diseño Gráfico es significar la idea en el plano, real o virtual. Pág. 16

El Diseño es un acto humano intencionado. Si trazamos líneas o puntos sin intención sobre una superficie, dibujamos sin diseñar. El

Diseño comunica; los colores, líneas, puntos y planos tienen un significado.

Significar tiene dos acepciones. Nos significa aquello que es importante (significación psicológica), y también aquello que da un orden, una secuencia coherente (significación lógica)

Así cuando se afirma que diseñar es significar la idea nos referimos tanto a la jerarquización de los pensamientos como al proceso coherente de la realización del ser diseñado, entendiendo por ser diseñado al objeto que pretende resolver la necesidad para lo que fue creado.

## **2.4. FUNDAMENTACIÓN ECONÓMICA**

**Según <http://ppdroppo.blogspot.es/>** Dentro del diseño gráfico la serigrafía forma parte de este por sus elementos, es así que el principal impulso debe ser la venta de un determinado producto dando a estas características únicas para que sea comercial. **Pág. 3**

La serigrafía como parte de nuestro sistema económico está relacionada en forma directa con la distribución, comercialización, fabricación y venta de un producto.

**Según <http://es.jimdo.com/2009/10/30/>** Para hacer serigrafía en camisetas se necesita de personas creativas, seres que sean capaces de ver donde otros solo miran, de poder vender más de estos productos: el disfrutar de él; se necesita de personas que sepan llegar al alma de los

demás, que vean y sientan como los demás, pero que a su vez vean y sientan las cosas de distinto modo; alguien que sea capaz de comunicar, persuadir y actuar, así como que tenga como razón la imaginación, con el fin de asegurar el bienestar y progreso de toda la sociedad. **Pág. 5**

## **2.5. FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA.**

**Según Manual de Serigrafía de Luis Echeverría** La técnica de la serigrafía ofrece la posibilidad de organizar pequeñas o grandes empresas con medios sencillos para el trabajo en el marco de la formación, sobre todo, en regiones donde exista turismo. Los intentos realizados en las campañas de publicidad han demostrado, que las camisetas promocionales multicolores con imagen y texto pueden tener un gran estímulo y motivar el a comprar a turistas. **Pág. 96**

El Diseño Gráfico debe potenciar las funciones educativas de un libro de texto, para facilitar así el uso de este por parte de los alumnos y además aportando diferentes requerimientos (cognitivos, afectivos, conductuales) que ayudan a plantear todos los contenidos a través de sus páginas.

## **2.6. FUNDAMENTACIÓN SOCIAL**

**Según <http://www.slideshare.net>** Otra manera de aumentar la singularidad el producto es mediante el proceso de diseño. Los productos bien diseñados captan atención y provocan mayores ventas. El diseño no

es superficial, si no que llega al núcleo del mismo producto y a la sociedad. Un buen diseño contribuye a la utilidad de un producto tanto como a su aspecto, como en la apariencia, su facilidad de uso, su seguridad y que sean baratos de usar y reparar. También, deben ser sencillos y económicos de producir y distribuir. Un buen diseño puede captar la atención, mejorar el funcionamiento de un producto, disminuir sus costos de producción, y otorgarse gran ventaja dentro del mercado meta, contribuyendo de esta manera al progreso y adelanto de los pueblos. **Pág. 13**

## **2.7. FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA**

**Según Productos para el nuevo mundo:** Una manera de apreciar el desempeño comercial es construir suficientes prototipos como para apoyar una prueba de mercado para el nuevo producto. **Pág. 33**

También se prueba el desempeño Técnico del producto en los prototipos. Por ejemplo, todas las camisetas nuevas donde se verá la duración y la calidad de la tela o la resistencia de los estampados.

La serigrafía tiene variedad de usos como por ejemplo en el área de la pintura (según María Termini)

Actualmente la pintura contemporánea parece haberse agotado así misma, y la serigrafía adquiere una especial importancia

Parafraseando a María Termini: la pintura produce obras demasiado grandes y costosas, la mayor parte de las pinturas contemporáneas terminan en oficinas de corporaciones, salones públicos y museos, con la necesidad de obras de arte de menor tamaño, las impresiones pueden satisfacer esta necesidad con lo cual se intensifica el uso de la serigrafía, ya que esta técnica no es tan costosa como la pintura; otros usos son la realización de carteles, tarjetas de felicitación, papel tapiz, papel de envoltura, telas, calcomanías, etiquetas, azulejos de cerámica, impresión en botellas y circuitos electrónicos todo esto con casi el mismo procedimiento pero con las tintas adecuadas, ya que existen tintas especiales para imprimir sobre plástico, vidrio, metal, papel, tela, etc., por ejemplo cuando se imprime sobre azulejo se utiliza una tinta vidriada y ésta al momento de ornarse se adhiere al azulejo.

**Según [www.uclm.es](http://www.uclm.es) :** Se ha definido a los recursos técnicos como la aplicación de estrategias y procedimientos en el ámbito del Diseño Gráfico, y la publicidad estableciéndose además un contexto de posibilidades que se relacionan con los componentes ideográficos, estructuras analíticas, para complementar dicho estudio, es posible recurrir a tres ámbitos relacionados: El Paratexto, normativa gráfica y recursos analíticos. **Pág. 35**

## **2.8. FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA**

**Según <http://www.monografias.com/trabajos29>** La perfección de este sistema es prácticamente absoluta, teniendo mayor calidad cromática y resistencia que otros sistemas más conocidos y la única limitación en la impresión de colores tramados o cuatricomías que la lineatura que se emplee en la selección. **Pág. 27**

La aparición de los tejidos de poliéster, mallas metálicas de gran finura y resistencia, emulsiones y películas para clichés, ha permitido lograr una perfección en la impresión que la coloca en igualdad de condiciones con otras técnicas más sofisticadas y costosas.

Las ideas se pueden generar a partir del mercado o a partir de la tecnología, se derivan de las necesidades del consumidor. Por ejemplo, puede existir la necesidad de un nuevo alimento para desayunos que sea nutritivo y sabroso o la necesidad de un nuevo tipo de pintura doméstica que no se desprenda de la pared. La identificación de las necesidades del mercado puede llevar entonces al desarrollo de nuevas tecnologías y productos para satisfacer estas necesidades. Con esto podemos decir hablar un poco sobre las técnicas de estampado:

**Según <http://serigrafia4t.com/manual/serigrafia>** Existen dos métodos principales de estarcidos, los cuales producen efectos visuales muy particulares y diferentes, por ende la elección del método depende del efecto visual que se quiera obtener, por ejemplo: si nuestro diseño tiene borde bien definido con formas planas es preferible que usemos un estencil de papel, y será más adecuado usar un estencil de bloqueador si nuestro diseño se parece a una pintura por las huellas de pincel. **Pág. 29**

## **METODO INDIRECTO**

**Según <http://www.buenastareas.com/materias/> ESTENCIL DE PAPEL:** podemos utilizar un papel delgado como la mantequilla el cual debe ser cortado por un estilete o cuchilla de acuerdo al diseño, también



pueden usarse esténciles de papel desgarrado, que se adherirán a la malla una vez se realice el primer entintado con la racleta. **Pág. 31**

## **METODO DIRECTO**

### **ESTENCIL DE BLOQUEADOR**

Se debe utilizar un bloqueador a base de agua

## **2.9. TEORÍAS DEL DISEÑO GRAFICO**

### **TEORÍAS GENERALES DEL DISEÑO GRÁFICO**

Abarcan un conjunto de aspectos teóricos, cuyo orden es el siguiente: Diseño Gráfico, Gestalt, Signo, Color, Imagen y Publicidad.

## **DISEÑO GRÁFICO**

**Según [http://html.rincondelvago.com/disenio-grafico\\_5.html](http://html.rincondelvago.com/disenio-grafico_5.html)** Para definir al Diseño Gráfico se puede recurrir al desdoblamiento de los términos: "La palabra "diseño" se usará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales. La palabra "diseño" se usará también en relación con los objetos creados por esa actividad. La palabra "gráfico" califica... a la palabra "diseño", y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos... Las dos

palabras juntas: "diseño gráfico", desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión... En función de proponer una definición inicial, se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por los medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados." (Frascara, 1996:19) **Pág. 1 (Consulta en línea)**

**Daniel Maldonado (2005)**, considera que la denominación "Diseño Gráfico" ha quedado desactualizada con relación a las múltiples tareas que hoy lo definen, y se debe cambiar su denominación por la de Diseño en comunicación visual, porque "se refiere a un método de diseño; un objetivo, la comunicación y un medio, lo visual. La conjunción de estas tres coordenadas definen las líneas generales, las preocupaciones y el alcance de esta profesión." **Pág. 12**

Basados en la comunicación, es posible establecer una adecuación funcional entre el mensaje y su fin, mediante la figura de un triángulo.

"El Diseño busca maximizar el impacto de una comunicación entre un emisor y un receptor, por las vías conjugadas del texto escrito, de la imagen o del signo.

"Su capacidad comunicativa se mide por la influencia que ejerce en el público y por la eficacia de los medios utilizados para difundir esos mensajes.

"Moles fue el que estableció, originariamente, la relación existente entre los fines y los medios del Diseño, y sobre su carga semántica denotativa (lo que quiere decir) y su carga estética connotativa (cómo nos atrae diciéndolo).

"Sobre esa base, Bruce Brown trazó el llamado "triángulo gráfico" para sintetizar gráficamente el contenido comunicativo del Diseño. Cada uno de los lados del triángulo está conformado respectivamente por la persuasión, la identificación y la información o explicación.

**Según Carlos González Ruiz (2004)** "La persuasión procura convencernos de que no existe más que una elección razonable; la identificación tiene como fin que se distinga el elemento en su contexto; y la información o explicación es más simple de precisar porque refiere a la comunicación objetiva de los hechos." **Pág. 124**

A su vez, se puede efectuar el análisis del Diseño Gráfico desde dos concepciones: como arte y como técnica.

Es imperioso destacar estos principios fundadores: Por un lado, el arte juega un papel preponderante, ya que permite establecer un sinnúmero de vinculaciones en la que es posible analizar el origen del Diseño y al diseñador como artista; por el otro, un análisis del Diseño como técnica aplicada, logra establecer un nuevo canon en cuanto a las especificaciones de los recursos tecnológicos, estrategias comunicativas,

procesos de realización, etc., es decir, asignar el rol de diseñador como un artesano, ya que la finalidad última de su actividad es la creación de objetos.

En la actualidad, se puede fusionar ambos criterios y establecer una síntesis de cada aspecto para comprobar un fundamento esencial: el diseñador es un artista–artesano y su actividad se encuentra signada dentro de un orden intelectual, en el ámbito específico de la creación de objetos.

En tal sentido, el Diseño Gráfico surge como una integración comunicacional de las distintas especializaciones. Tomando este criterio, el Diseño se subdivide, a su vez, en: diseño industrial, diseño arquitectónico, diseño de modas, diseño de publicidad, diseño de instrumentos, etc. Los roles que se le asignan a cada uno de los profesionales pueden catalogarse en el siguiente orden: diseñador industrial, diseñador de modas, diseñador publicitario, diseñador de instrumentos, etc.

En materia de computación, se tomarán como criterios específicos los siguientes enunciados:

**Diseño de programas:** Un estudio minucioso de los lenguajes informáticos aplicados a los softwares utilitarios y de base.

**Diseño de juegos:** Comprende una estructura delineada a partir de la combinación de lenguajes informáticos con sonidos, color, imágenes, etc., para el armado y producción de juegos interactivos.

**Diseño de Páginas Web:** Un conjunto de normas que se establecen para el armado, compilación y publicación de páginas Web al sistema de Internet.

**Diseño Gráfico en PC:** Un esquema de contenidos que aúnan las bases del Diseño Gráfico tradicional, aplicando los programas utilitarios básicos y específicos de diseño vectorial.

De la misma manera, para los diseñadores en computación, se podrá analizar un doble carácter: por un lado, todos son operadores, y por el otro, cada tarea designará su rol: diseñador de softwares, diseñador de juegos, diseñador de páginas Web y diseñador gráfico en PC.

## **SIGNO**

**Según <http://www.slideshare.net/mamevarela>:** Desde la lingüística, se estudian los componentes sígnicos de un texto o una imagen conformados por dos concepciones: simetría y asimetría para asignarles el grado de representación: signo, símbolo y alegoría, y dentro de esta estructura, se estudiarán las marcas comerciales. Desde esta concepción, se encuentra instrumentada para entender los ornamentos,

formas integradoras y lecturas icónicas de sus componentes esenciales.  
**Pág. 99**

## **COLOR**

**Según <http://fido.palermo.edu/servicios>** Vinculado con las leyes de la pintura, queda establecido un compendio de jerarquías en cuanto a la aplicación de color, en las siguientes categorías: primarios, binarios o secundarios, intermedios, terciarios y cuaternarios. En otra gama de colores se emplea el blanco y el negro ya sean por separado o en su combinación para crear los llamados colores neutros. **Pág. 111**

El aporte de la computación, en esta materia, fue enriquecedora, ya que permite la aplicación de distintos tipos de rellenos: uniforme y los llamados especiales: relleno degradado, relleno de patrón, relleno de textura, y rellenos PostScript.

## **IMAGEN**

**Según [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)** Las normas básicas establecidas desde el ámbito del dibujo y la pintura, conforma el aspecto teórico de la imagen. En computación, hay que diferenciar el dibujo de la fotografía, no sólo por la comprobación visual, sino también por los aspectos del formato. **Pág. 251**

Un dibujo vectorial puede verse como una nueva imagen en la medida en que los cambios de extensiones conforman su estructura. Para el caso de la fotografía, se aplican estructuras idénticas y también se amalgaman con las reglas del pintura para la aplicación de efectos, en un nuevo esquema interpretativo, ya que permite vectorizar sus componentes y crear un efecto de dibujo en una fotografía.

## **PUBLICIDAD**

**Según <http://modalidaddeinformatica.blogspot.com>** La publicidad ha creado un campo propio en el que su aporte ha sido considerado como fundamental para establecer un sinnúmero de relaciones entre la comunicación de un mensaje y un estatuto que posibilita la aplicación de esquemas básicos, entre ellos, el afiche. **Pág. 36**

**Según Mauricio Costa (2011)** Asimismo, en ese estudio, se podrá verificar sus alcances para organizar la llamada imagen corporativa de una empresa, que "estratégicamente y operativamente... ilumina el estilo y la conducta la empresa; el sentido de las decisiones que toma y realiza; su modo propio de concebir productos y/o servicios y de innovar; su personalidad exclusiva y su manera distintiva de comunicar, de conectar con los públicos y de relacionarse con ellos. La imagen posee unas condiciones excepcionales que atraviesan toda la dinámica de la empresa hasta el largo plazo." **Pág. 67**

## 2.10. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

En base a la información recolectada y al análisis de la situación en nuestro medio, del estampado de camisetas, se acogió varias teorías del diseño gráfico como son el color, la Gestalt, la publicidad; estas teorías ayudaron a realizar una observación de todos los elementos importantes para la realización del presente proyecto.

En la ciudad de Otavalo no se le ha dado importancia al diseño de nuevas y mejores estampados para las camisetas que ahí se distribuyen,, esto contribuirá a mejorar las ventas y a promocionar los lugares turísticos de este cantón.

Por la importancia sobre el diseño de estampados de lugares turísticos, se ayudara a mejorar la venta, traerá consigo más trabajo porque es un medio no explotado y propicio para que muchos diseñadores exploren el mercado y hagan nuevos y mejores diseños de los estampados con una característica que genere mayores réditos, más aun en la época de consumo que se vive en la actualidad.

## 2.11. GLOSARIO

**Arte final:** Material digital ya preparado para su envío a la imprenta sin que haga falta ningún retoque o intervención adicional y listo para su reproducción.



**Artes gráficas:** Conjunto de oficios o profesiones involucradas en la realización del proceso gráfico o editorial. Las Artes Gráficas están compuestas por oficios tales como: Diseño Gráfico, Pre prensa, los diversos sistemas de Impresión, Encuadernación y acabados. Principales sistemas de impresión son: offset, serigrafía, flexografía, huecograbado, tipográfico y digital. [Fuente: Wikipedia]

**Bastidor:** Armazón de madera o metal que sirve de soporte a otros elementos.

**Formato:** Estructura de un archivo que define la forma en que se guarda y representa en pantalla o en impresora.

**Formato nativo:** Formato nativo es el archivo con el que se generó en dicha aplicación. En el caso de InDesign la extensión del formato nativo es “.indd”. Se entiende por “formato nativo abierto” el archivo en el que se transportan todas las propiedades para que éste pueda ser editado en otro ordenador con la misma o similar aplicación.

**Emulsión:** gelatinas fotosensibles para conformar la imagen en pantalla. Estas gelatinas, conocidas en nuestro sector como emulsiones, tienen una composición química básica muy similar, sea quien sea el fabricante.

**Espátulas:** Las espátulas se utilizan “ para dos fines primordiales: para rascar sobre el cuadro cuando la pintura está todavía tierna, limpiando una zona, es decir, <<borrando>> y rectificando,” el otro fin para el que se utiliza es “ para limpiar la paleta de restos de pintura, una vez terminada la sesión, y para pintar, utilizando la espátula en vez del pincel”.

**Formato PDF:** Las siglas PDF corresponden a la expresión inglesa Portable Document Format (fichero de documento transportable). Es un documento digital creado por Adobe para el intercambio de información, como sustitución del formato PostScript. Las ventajas del PDF, entre otras, es que todo en uno, contiene los elementos necesarios para trabajar (imagen, texto, tamaños, etc), es multiplataforma, tiene un tamaño reducido y puede ser creado desde diferentes aplicaciones.

**Malla:** “Tejido sintético homogéneo muy fino resistente utilizado para confeccionar pantallas”. Sirven para la “aplicación de adhesivos”.

**Marco o bastidor:** “Elemento mobiliario destinado a asegurar la protección de obras de arte de las dimensiones -pintura, dibujo, grabado, bordado- o en bajorrelieve”.

**Impresión Digital:** Sistema de impresión directo que consiste en la impresión directa de un archivo digital a papel o soporte similar permitido. No requiere forma impresora como en el caso de impresión offset. La impresión digital es muy adecuada para tiradas de poco volumen (microtirajes) aunque no tiene un límite de tirada. No requiere de tiempos para la puesta a punto y es posible la inserción del dato variable.

**Plantilla:** “Es el <<patrón>> de la impresión: puede ser de papel ,o de cualquier material resistente a la tinta.” Consisten sencillamente en “papel recortado, sujeto detrás de la” estructura, “aunque si se quieren bordes muy precisos, se pueden usar plantillas fabricadas, cortadas a mano” Y con muchísimo cuidado, con una cuchilla afilada, “ para no penetrar en el respaldo del acetato. En cuanto se cortan, se despegan de las zonas que deba atravesar la tinta. Luego se sujeta la plantilla recortada a la parte inferior de la trama.”.

**Racleta:** Se utilizan para arrastrar la tinta “sobre la superficie del tamiz y son considerados los elementos más importantes del proceso serigráfico. Al comprimir la tinta, obliga a que esta pase a través de las mallas de seda y se deposite en el papel de tiraje.”

**Stopper:** Es la técnica de marketing directo que consiste en colocar elementos publicitarios que sobresalen del lugar en el que están dispuestos.

**Tirada:** Proceso completo por el cual se realiza la impresión de una cantidad de ejemplares. También se conoce por “tirada” al número de ejemplares de que consta la edición de un libro o publicación.

## **CAPITULO III**

### **3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

#### **3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se desarrolló en el presente trabajo es la Investigación documentada y de Campo que se realizó en el análisis sistemático del problema a investigar en el medio que se desenvuelve.

El proyecto fue factible, contando con los conocimientos adquiridos dentro de la universidad y los recursos tecnológicos.

**Investigación documental.-** La misma que se basó en las consultas realizadas en bibliotecas públicas y privadas, la red informática del internet, artículos de publicaciones especializadas, etc. Toda esta información permite tener una visión más amplia entorno a los fundamentos inherentes a nuestro tema de investigación.

**Investigación de campo.-** Estuvo conformada por las actividades de recolección de información en el lugar de los hechos, es decir, se procederá a realizar las encuestas a la población y especial al turista en la ciudad de Otavalo.

#### **3.2 MÉTODOS**

La investigación a desarrollarse se fundamenta en los siguientes métodos de investigación:

### **Método Inductivo - deductivo**

El método utilizado partiendo de hechos, acontecimientos y datos de carácter puntual o particular especialmente en el diagnóstico y/o estudio de mercado se llegue a conclusiones de carácter general.

### **Método Analítico - Sintético**

Este método se aplicó en varias etapas del Proyecto ya que permitirá en el marco teórico analizar toda la información científica y técnica, de tal manera que en el informe final se materialice en una síntesis tanto en forma de redacción como en diagramas y cuadros.

### **Método Estadístico**

Este método fue de gran utilidad para la representación gráfica de porcentajes obtenidos en la investigación de campo, es decir, toda la información detallada será graficada e interpretada en base a pasteles estadísticos.

## **3.3. TÉCNICAS**

Para la elaboración del proyecto fue necesario recopilar información, razón por la cual se hará uso de las siguientes técnicas de investigación científica:

**Encuestas.-** Las encuestas se realizarán con preguntas claves que permitan recoger la información importante en cuanto a las preferencias de la población encuestada sobre los logotipos, marcas, colores,

tamaños, matices, y ubicación de los diseños de estampados turísticos de la ciudad de Otavalo que actualmente compren o que les gustaría adquirir en el futuro.

### 3.4. Muestra

Para el estudio de mercado de la presente investigación se ha seleccionado el segmento de Población comprendido entre 18 en adelante de la población del cantón Otavalo.

Según el INEC, la población del cantón Otavalo es de **104.874** habitantes. De los cuales 50.446 corresponden a hombres y 54.428 a mujeres.

POBLACIÓN DE OTAVALO	
HOMBRES	50.446
MUJERES	54.428
<b>TOTAL</b>	<b>104.874</b>

Para calcular el tamaño de la muestra, se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ * N}{((N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ)}$$

Dónde:

**n** = Tamaño de la muestra

**PQ**= Varianza media población (0.25)

**N** = Población o Universo

**E** = Margen de error Admisible en la muestra (0.05)

**K** = Coeficiencia de corrección del error (2)

- 0.02 = 2% ( mínimo )
- 0.3 = 30% ( máximo )
- 0.05 = 5% ( recomendado para educación )

$$n = \frac{0.25 \times 104874}{(104874 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{26218.5}{(104874 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{26218.5}{(104873) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{26218.5}{(104873) \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{26218.5}{(104873) 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{26218.5}{65.545625 + 0.25}$$

$$n = \frac{26218.5}{65.795625}$$

$$n = 398.48$$

$$n = 398$$

### Fracción muestral

Para determinar la fracción muestral, se trabaja con la siguiente fórmula:

$$m = \frac{n}{N} E$$

m = Estrato muestral

n = Tamaño de la muestra = 398

N = Población / Universo = 104874

E = Estrato (Población de cada año de educación básica).

$$C = \frac{n}{N} = \frac{398}{104874}$$

$$C = 0.00379503$$

**TABLA DE LA FRACCION MUESTRAL**

POBLACIÓN DE OTAVALO		FRACCIÓN MUESTRAL
HOMBRES	50.446	191
MUJERES	54.428	207
<b>TOTAL</b>	<b>104.874</b>	<b>398</b>

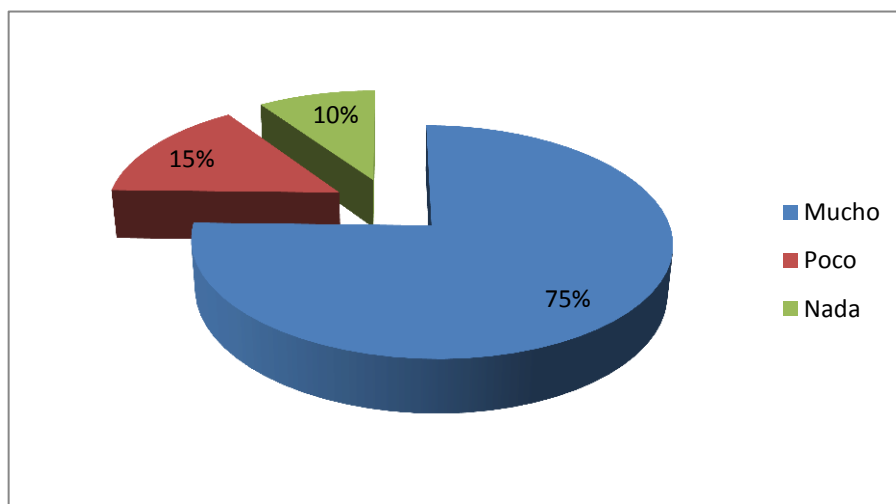


## CAPITULO IV

### ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS Y A POBLADORES DE LA CIUDAD DE OTAVALO

1-¿Consideraría usted que un catálogo de estampados de los lugares turísticos y tradicionales mejoraría la promoción de Otavalo?

Respuesta	frecuencia	%
Mucho	300	75%
Poco	60	15%
Nada	38	10%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



#### ANALISIS

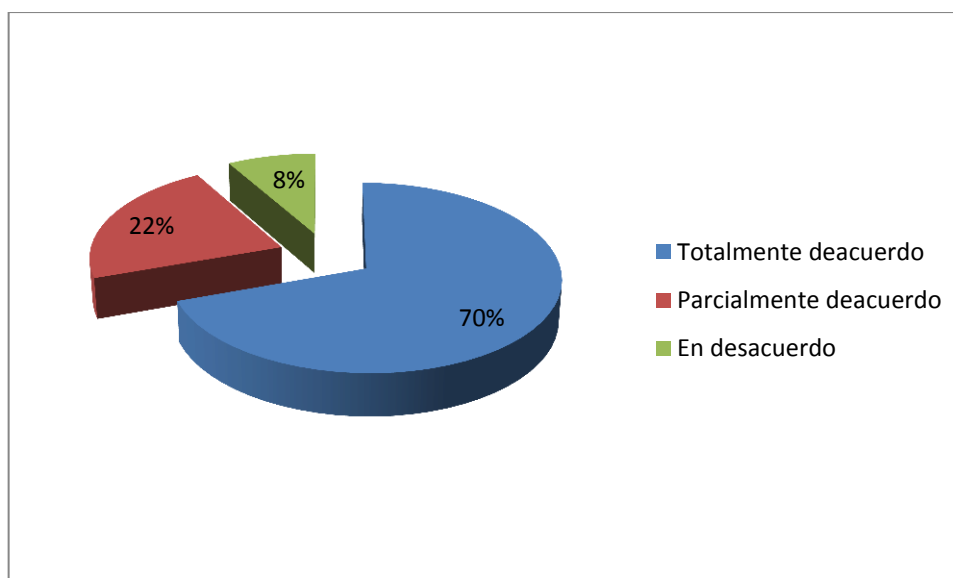
De las 398 personas encuestadas sobre si considerarían importante la creación de un catálogo de estampados mejoraría la promoción turística, 300 personas que representan un 75% dicen que mucho, 60 personas que representan un 15% dicen que poco, y 38 personas que representan 10.

#### INTERPRETACIÓN

La mayoría de personas afirman que un catálogo de estampados aumentaría la promoción de la ciudad de Otavalo por que estos estampados serán comerciales y atractivos para los turistas.

**2.- ¿Considera usted que en el catálogo de estampados se debe considerar los lugares más emblemáticos de la ciudad de Otavalo?**

Respuesta	frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	277	70%
Parcialmente de acuerdo	88	22%
En desacuerdo	33	8%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



## ANALISIS

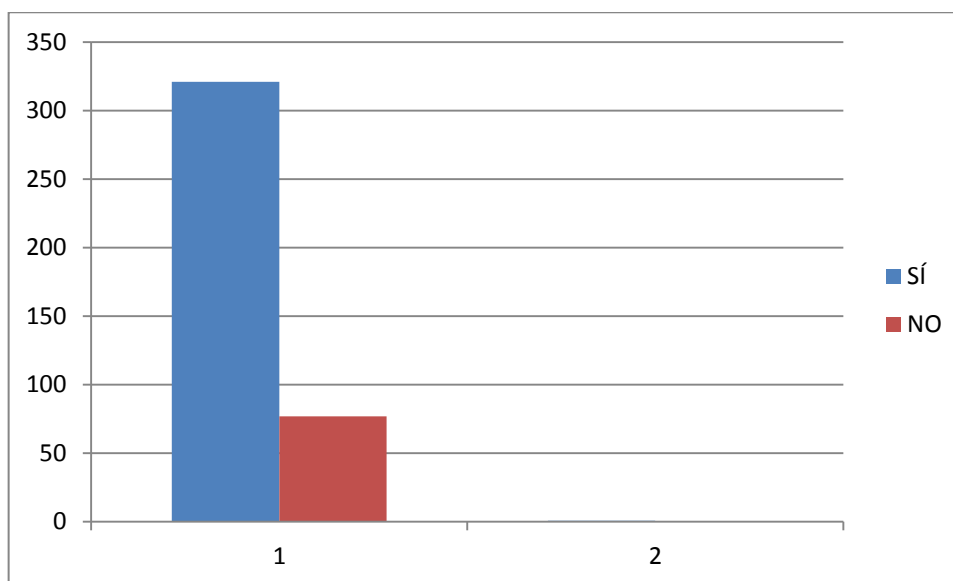
De las 398 personas encuestadas sobre si consideran que para la realización de un catálogo de estampados se debería considerar los lugares emblemáticos de Otavalo, 277 personas que representan un 70% dice que están totalmente de acuerdo, 88 personas que representan un 22% dicen que están parcialmente de acuerdo, y 33 personas que representan un 8% dicen que están en desacuerdo.

## INTERPRETACIÓN

La mayoría de personas consideran que se debe utilizar los lugares más emblemáticos de la ciudad de Otavalo debido a que se promocionaría como una marca de ciudad y así llegarían más turistas a visitar estos lugares.

### 3.- ¿Se debe realizar una selección de los lugares tradicionales para el catalogo?

Respuesta	frecuencia	%
SÍ	321	80%
NO	77	20%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



### ANALISIS

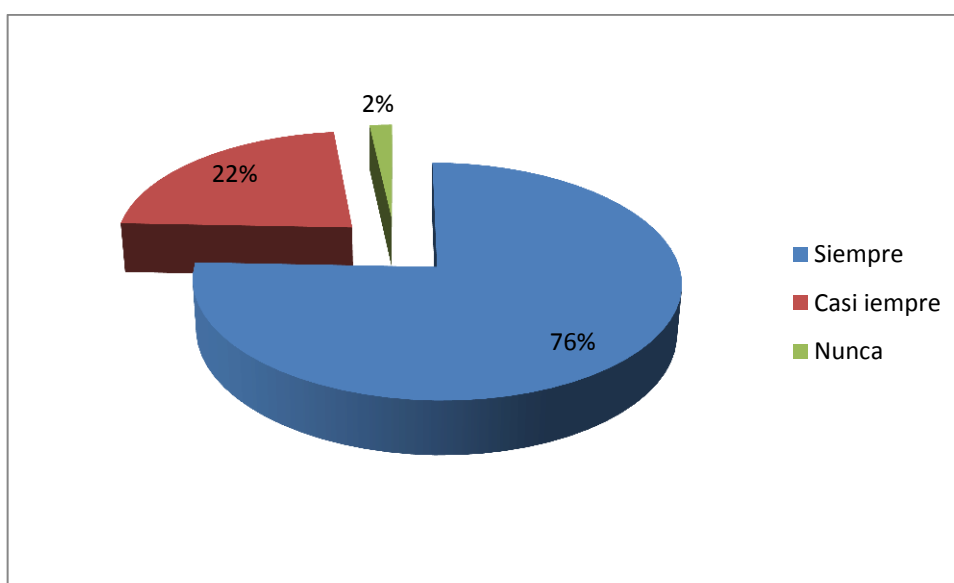
De las 398 personas encuestadas sobre si se debe realizar una selección de los lugares tradicionales para el catálogo, 321 personas que representan un 80%, y 77 personas que representan un 20% dicen que no.

### INTERPRETACIÓN

La gran mayoría de personas encuestadas piensan que si se debe hacer una selección de los lugares tradicionales debido a que con esta selección se aportará a la promoción del turismo en el ámbito nacional; ya que todos los ecuatorianos deben forjar una nueva conciencia acerca de la importancia el turismo interno.

**4.- ¿Usted cree que debe realizarse un proceso creativo para crear nuevos estampados para la promoción de la ciudad de Otavalo?**

Respuesta	frecuencia	%
Siempre	301	76%
Casi Siempre	90	22%
Nunca	7	2%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



### **ANALISIS**

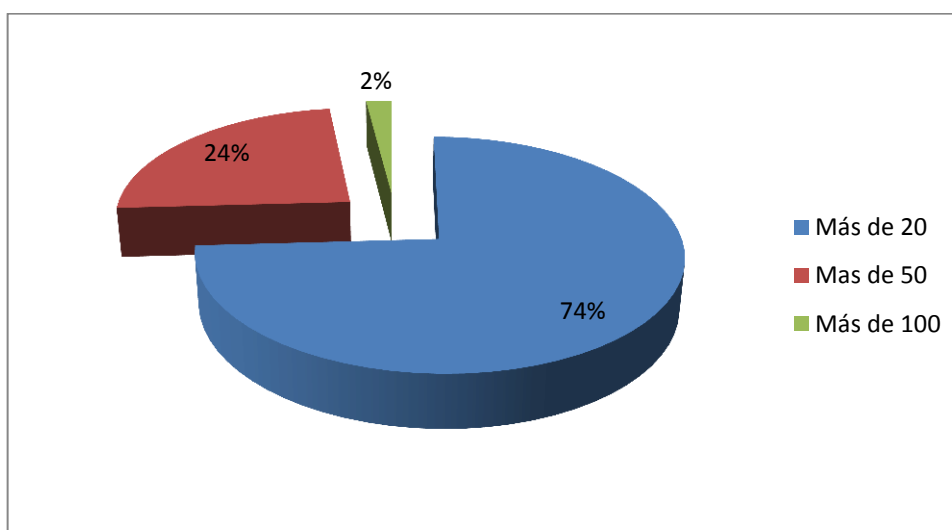
De las 398 personas encuestadas sobre si se debe realizar un proceso creativo para crear nuevos estampados 301 personas que representan un 76% dicen que siempre, 90 personas que representan un 22% dicen que casi siempre, y 7 personas que representan un 2% dicen que nunca.

### **INTERPRETACIÓN**

La mayoría de personas aseveran que para realizar un diseño de un estampado de una camiseta debe realizarse un proceso creativo porque así el diseño será de mayor calidad y tendrá valores añadidos como un estudio de imagen y será de mayor calidad.

5.- ¿Cree usted que se debe crear una variedad de estampados, cuantos?

Respuesta	frecuencia	%
Más de 20	295	74%
Más de 50	95	24%
Más de 100	8	2%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



## ANALISIS

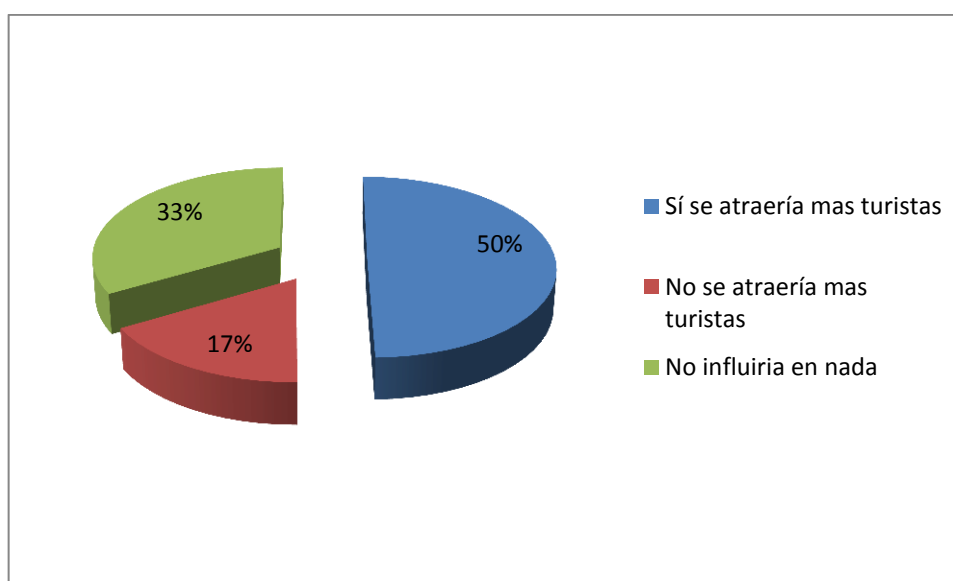
De las 398 encuestadas sobre si se debe crear una variedad de estampados con respecto a cantidades, 295 personas que representan 74% dicen que más de 20, 95 personas que representan un 24% dicen que más de 50 y 8 personas que representan un 2% dicen que más de 100.

## INTERPRETACIÓN

La mayoría de personas opinan que si e debe crear una variedad de estampados debido a que así los clientes contarán con una gama de productos para fortalecer la identidad de la ciudad de Otavalo.

6.- ¿Piensa usted que al realizar camisetas promocionales de la ciudad de Otavalo se atraería a más turistas nacionales y extranjeros?

Respuesta	frecuencia	%
Sí se atraería más turistas	198	50%
No se atraería más turistas	67	17%
No influiría en nada	133	33%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



## ANALISIS

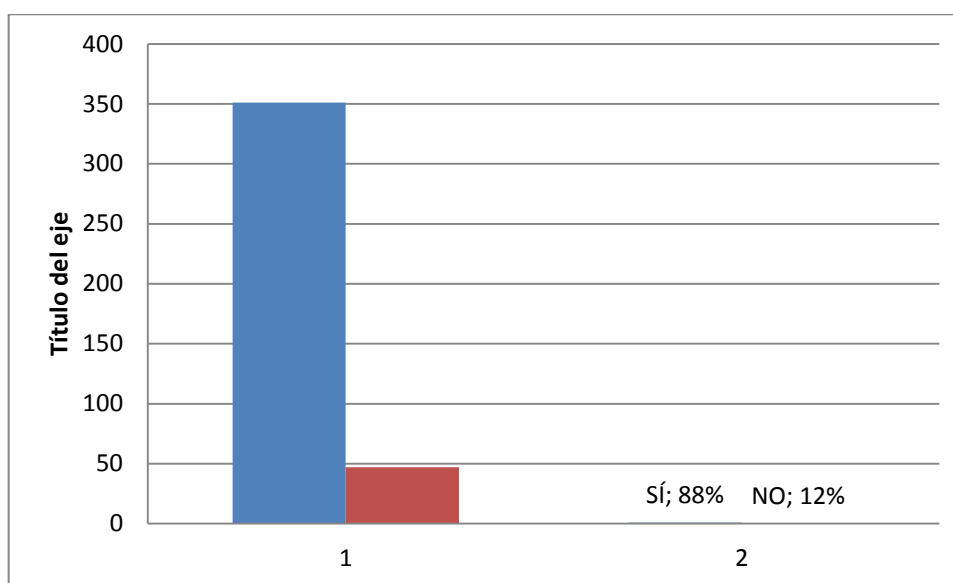
De las 398 personas encuestadas sobre usted que al realizar camisetas promocionales de la ciudad de Otavalo se atraería a más turistas nacionales y extranjeros, 198 personas que representan un 50% dicen que sí atraería más turistas, 67 personas que representan un 17% dicen que No se atraería más turistas, y 133 personas que representan un 33% dice que No influiría en nada.

## INTERPRETACIÓN

La mitad de las personas encuestadas dicen que se atraería una mayor cantidad de turistas con las camisetas promocionales porque así se ofertaría camisetas diferentes a las tradicionales que sus diseños se han vuelto obsoletos y poco comerciales.

**7.- ¿Considera que la publicidad móvil en camisetas sería una manera efectiva de promocionar la ciudad de Otavalo?**

Respuesta	frecuencia	%
SÍ	351	88%
NO	47	12%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



## ANALISIS

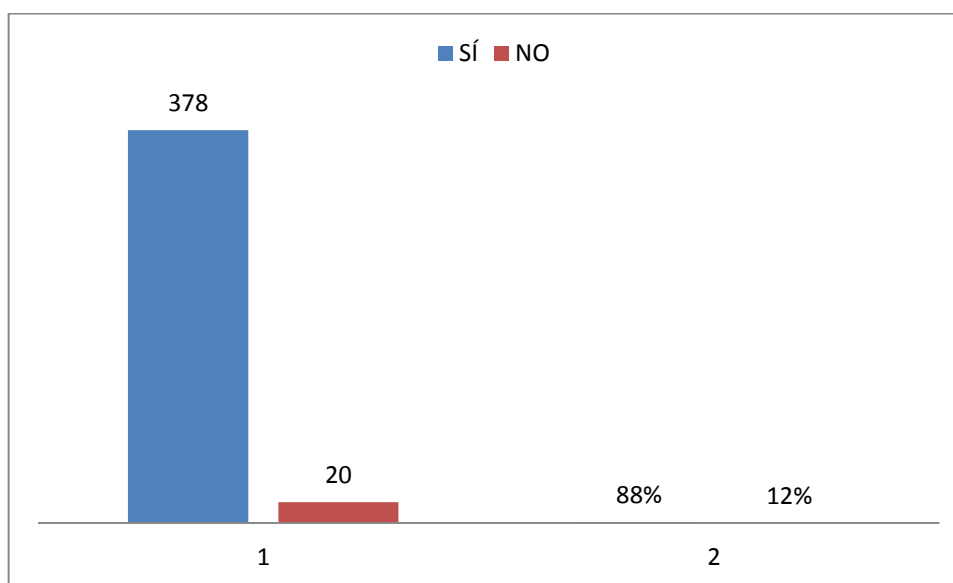
De las 398 personas encuestadas sobre si Considera que la publicidad móvil en camisetas sería una manera efectiva de promocionar la ciudad de Otavalo, 351 personas que representan un 88% dicen que SI, y 47 personas que representan un 12% dicen que NO.

## INTERPRETACIÓN

La mayoría de personas encuestadas afirman que la publicidad móvil en camisetas sería una manera efectiva para promocionar la ciudad de Otavalo por que se ha comprobado que este tipo de publicidad es tres veces más efectiva que otros tipos de publicidad además así se llegará a una mayor segmentación de público.

**8.- ¿Usted compraría camisetas con estampados de lugares tradicionales de la ciudad de Otavalo?**

Respuesta	frecuencia	%
SÍ	378	88%
NO	20	12%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS**

De las 398 personas encuestadas sobre si usted compraría camisetas con estampados de lugares tradicionales de la ciudad de Otavalo, 378 personas que representan un 88% dicen que SÍ, y 20 personas que representan un 12% dicen que NO.

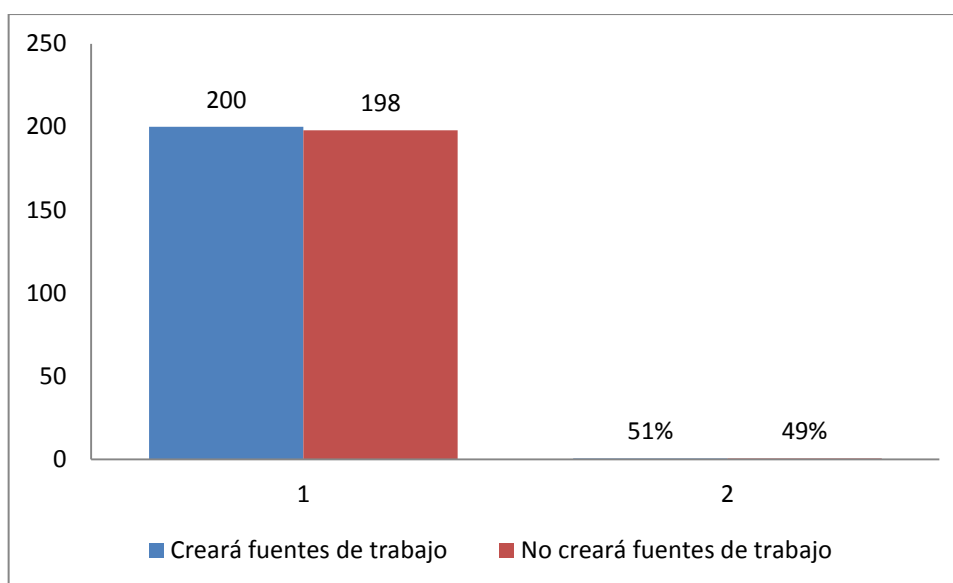
**INTERPRETACIÓN**

La mayoría de personas encuestadas aseveran que comprarían camisetas con estampados de la ciudad de Otavalo, por que serían diferentes a las tradicionales.



**9.- ¿Considera usted que la presente propuesta ayudará a crear fuentes de trabajo?**

Respuesta	frecuencia	%
Crearé fuentes de trabajo	200	51%
No crearé fuentes de trabajo	198	49%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



## **ANALISIS**

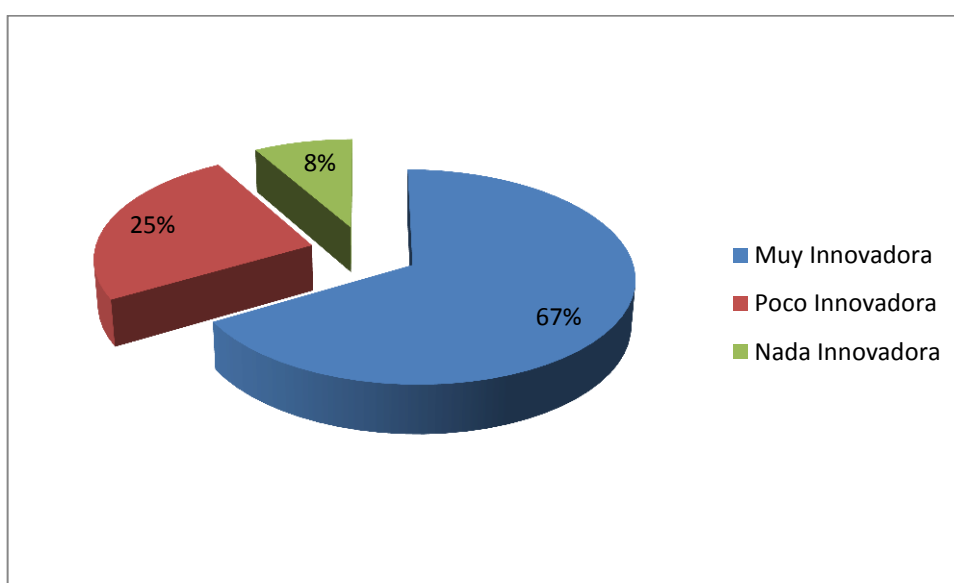
De las 398 personas encuestadas sobre si que la presente propuesta ayudará a crear fuentes de trabajo, 200 personas que representan un 51% dicen que crearé fuentes de trabajo, y 198 personas que representan un 49% dicen que no crearé fuentes de trabajo.

## **INTERPRETACIÓN**

Un gran porcentaje de las personas encuestadas coinciden que el presente proyecto creará fuentes de trabajo porque con la creación de una empresa los pobladores de la ciudad contarán con mayores oportunidades laborales y los artesanos al distribuir nuevos modelos de estampados se incrementarán las ventas.

#### 10.- ¿Le parece innovadora la propuesta que se va a realizar?

Respuesta	frecuencia	%
Muy Innovadora	265	67%
Poco Innovadora	100	25%
Nada Innovadora	33	8%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>



#### ANALISIS

De las 398 personas encuestadas sobre si le parece innovadora la presente propuesta, 265 personas que representan un 67% dicen que es muy innovadora, 100 personas que representan un 25% dicen que poco innovadora, y 33 personas que representan un 8% dicen que nada innovadora.

#### INTERPRETACIÓN

La mayoría de personas concuerdan en que la propuesta es muy innovadora porque existirá una gran variedad de diseños con los cuales se irá dando a conocer los lugares turísticos de la ciudad de Otavalo donde se destacará la labor y producción de los artesanos.

## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

Después de haber realizado un estudio a fondo para la producción y comercialización de las camisetas con estampados con lugares turísticos de la ciudad de Otavalo, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

- Los turistas si apreciarían nuevos y mejores modelos de estampados en las camisetas, para promocionar de mejor manera la ciudad de Otavalo.
- Por medio de la presente investigación se llegó a determinar que el para la distribución va a ser por medio de los artesanos para la comodidad y preferencia del cliente.
- El presente trabajo de Investigación nos demostró que sí se debe realizar un estudio de los lugares que se deben graficar en las camisetas.
- Por medio de la Investigación de mercado observamos que tenemos un segmento grande de mercado con tendencia a crecimiento, ya que es un producto innovador.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

Con la culminación del estudio realizado se llegó a la conclusión que si es factible realizar el proyecto desde un punto de vista técnico, administrativo, comercial y finalmente económico.

Al ser las camisetas con lugares turísticos de la ciudad de Otavalo, va a ser un producto y servicio nuevo en la ciudad de Otavalo y se recomienda implementar un plan de marketing que dé a conocer el producto a nuestro comprador objetivo.

La implementación de nuevas camisetas abrirá nuevos mercados y atraerá mayor cantidad de turismo en la ciudad de Otavalo.

En síntesis, se recomienda implementar el presente proyecto en el país por su alta rentabilidad.





**PROPUESTA ALTERNATIVA:**  
**“DISEÑO Y CREACION DE UN  
CATALOGO DE ESTAMPADOS TURISTICOS  
DE LA CIUDAD DE OTAVALO”**



*AUTORES:*

*Urvina Almeida Diego Rolando  
Champutiz Ramirez Danilo Norberto*

*DIRECTOR:*

*Msc. Raimundo López  
Ibarra, Junio 2012*





## **CAPITULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto fue diseñado con el propósito, de buscar alternativas para luchar contra escases de promoción de la ciudad de Otavalo y para fomentar las fuentes de trabajo, es claro que la ausencia de asesoramiento profesional que existe en el sector de la confección de camisetas por ello se busca fomentar un desarrollo socio económico en este sector.

La idea de un catálogo de estampados turísticos en camisetas surge de la necesidad básica de la promoción de la ciudad de Otavalo, para que la satisfacer la necesidad de los clientes y estar a la vanguardia en la actualidad, para brindar productos originales de calidad.

Nuestro trabajo es para la utilidad de los artesanos que sin duda por los costos, y por el desconocimiento no han renovado la imagen de las camisetas que se venden en la ciudad de Otavalo, es así que queremos llegar con creatividad mediante la propuesta de renovación de las camisetas donde podremos encontrar propuestas nuevas para su utilización y su mejor comercialización.





## **OBJETIVOS:**

### **Objetivo General:**

- Implementar un catálogo de estampados de los lugares tradicionales de la ciudad de Otavalo para fomentar el turismo y ofertar nuevos productos que puedan competir a nivel nacional e internacional.

### **Objetivos Específicos:**

- Diseñar estampados de los lugares tradicionales de la ciudad de Otavalo.
- Recaudar información acerca de los lugares turísticos más visitados.
- Analizar los impactos de las camisetas con estampados de lugares tradicionales en los turistas.
- Crear campañas publicitarias, y estrategias de venta para poder entrar en el mercado y promocionar las productos.





## INTRODUCCIÓN

La idea nace a partir de la inquietud de ayudar a las personas involucradas con la producción y comercialización de artículos nuevos de alta calidad, de acuerdo a las necesidades y preferencias del cliente que van encaminada a la obtención de posicionamiento de mercado y rentabilidad en la confección de estos artículos, a través de calidad de todos de los productos mediante la obtención de materia prima, con nuevos y variados modelos para la producción a costos más bajos y excelente calidad; y que todos los productos terminados estén al alcance de todos con ello se trata que la producción no solo sea para el mercado local, sino el nacional y el internacional, dando así el impulso al producto y reconocimiento en el mercado, tomando en cuenta a la competencia para lograr una diferenciación en el manejo de negocio y conseguir rentabilidad a corto plazo.







## Conceptos Generales

### *¿Qué es estampar una camiseta?*

Se denomina estampar a cualquier efigie, imagen o figura trasladada al papel u otra materia por medio del tórculo o prensa de la lámina de bronce, plomo o madera en que está grabada o de la piedra litográfica en que está dibujada.

**Estampado** es la **acción y efecto de estampar**. Este verbo refiere a **imprimir algo en otra cosa**,

El estampado puede producirse de distintas formas y en diversos materiales. Es habitual que el concepto de estampado se utilice en referencia a un tejido que tiene dibujos estampados a fuego o en frío. Puede decirse, en ese caso, que el tejido es estampado o tiene un estampado.

Se conoce como serigrafía a la técnica de impresión que consiste en reproducir imágenes sobre cualquier material mediante la transferencia de una tinta a través de una malla tensada. El estampado se produce con el paso de la tinta, quedando bloqueado dicho paso en las áreas que no se quieren estampar.





Este sistema de estampado es repetitivo: cuando el primer modelo ya ha sido logrado, es posible repetir la misma impresión miles de veces sin que se pierda definición en el estampado.

## ¿Cómo Estampar una camiseta?

### Método Casero:

Para aquellas personas amantes de las camisetas estampadas, les mostraremos como estampar de una manera sencilla y económica:

#### Materiales:

- Impresora.
- Papel rígido, o papel de radiografía o papel cartón fino.
- Camiseta o remera.
- Pintura para tela.
- Recipiente para pintura.
- Rodillo de pintar chico.
- Cinta adhesiva.
- Cuchilla
- Plancha.





### Procedimiento:

Lo primero que se debe hacer es imprimir el diseño que queremos estampar en cartón fino, papel muy rígido.



Ahora deben recortar con la cuchillas recortamos todo el contorno del diseño con sumo cuidado, prestando especial atención a cada detalle y tomándonos con calma todo el tiempo que se necesite. Si lo que desean es utilizar el mismo diseño varias veces deberán imprimirlo en papel plástico.





Luego de finalizar el recorte de la plantilla, debemos fijarla a la camiseta con cinta adhesiva.



Una vez que todo está fijo, debemos preparar la batea con pintura, y el rodillo, para comenzar con el proceso de pintado.







Ahora pintamos sobre la plantilla, cuidando de no poner demasiada pintura, pero por sobretodos las cosas, no derramar ni salpicar nada.



Esperamos unos minutos a que la pintura se asiente y comenzamos a retirar la plantilla de la camiseta.

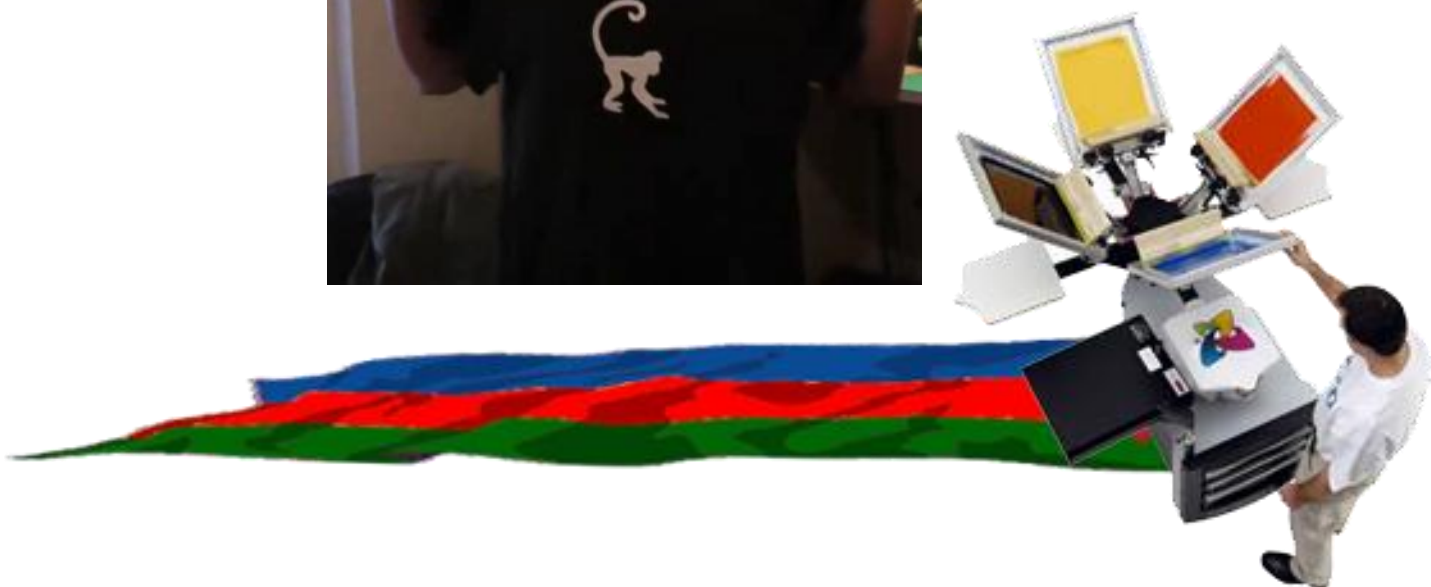
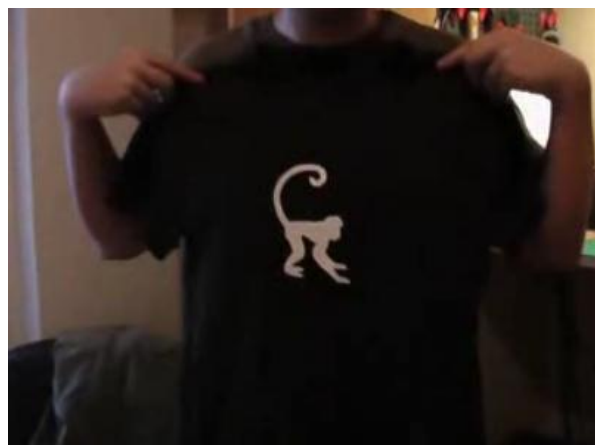




Para que la pintura del diseño quede bien firme, una vez que este seco debemos planchar el reverso de mismo durante unos minutos, de esta manera la calidad y la durabilidad del mismo quedan asegurados.



Hemos finalizado nuestro estampado casero, ahora ya podemos disfrutar de nuestra camiseta personalizada.





## *Método a gran escala:*

En la actualidad, la serigrafía es uno de los procesos de impresión más baratos y eficientes que existen, con ella podemos producir diversos objetos como paneles de decoración, tejidos impresos, tableros impresos, recipientes de plástico y muchas cosas más.

Para realizar las impresiones con serigrafía se utilizan las denominadas pantallas, que son objetos planos y permeables. En sus orígenes a la serigrafía se le llamaba impresión con estarcido de seda, debido a que las pantallas que utilizaba eran de seda (La palabra serigrafía proviene del griego Serikós = seda y Graphé = escribir o dibujar).

Pero ahora, las pantallas para la serigrafía comercial ya no son de seda, sino que suelen fabricarse de distintas formas. El proceso de serigrafía más conocido es el siguiente:

Sobre un bastidor rectangular se tensa un tejido sintético muy fino o una malla metálica a la cual se le aplica un revestimiento de fotopolímero. Después, al exponerlo a través de un dispositivo de película, las zonas que no se quieren imprimir se endurecen.





Luego, se lava la sustancia que no ha quedado expuesta y se crean las zonas abiertas en la pantalla. En la prensa, la malla se pone en contacto con la superficie a imprimir, y se aplica la tinta a través de las zonas abiertas del cliché mediante un rodillo de caucho.

De esta manera, podemos imprimir imágenes con buen nivel de detalle sobre casi cualquier superficie, ya sea papel, plástico, metal y superficies tridimensionales.







### **Estampada por Serigrafía**

Es la más utilizada. Se imprime, sobre la prenda usando schablones por cada color del diseño, los cuales traspasan puntos de pintura sobre la tela. No permite, una gran definición en sombras o diseños tipo fotografía. Tiene gran durabilidad.



### **Camisetas Estampadas por Cuatricromía**

Similar a la anterior, pero permite una gama mayor de colores y sombreados. Gran durabilidad.





### Estampado por Transfer

Se aplica el diseño mediante, una máquina de calor/presión. Facilita, la estampa de prendas ya confeccionadas. No tiene límites en cuanto a color o detalles del diseño. No es recomendable para aplicar en telas oscuras. Durabilidad media no permite el planchado directo.



### Estampado con Siliconas

Es una técnica de protección de estampas de serigrafía o cuatricromía, que proporciona elasticidad a la estampa. Es ideal para aplicar en prendas con Lycra o de tejido canalé, ya que acompaña el propio estiramiento de la tela sin que se quiebre el diseño. Máxima durabilidad.





### **Estampado Full Body**

Solo se puede realizar en prendas antes de confeccionar. Se imprime al 100% del soporte. Puede realizarse con schablonos grandes y pintura o con planchas de papel transferidas por calor. Alta durabilidad



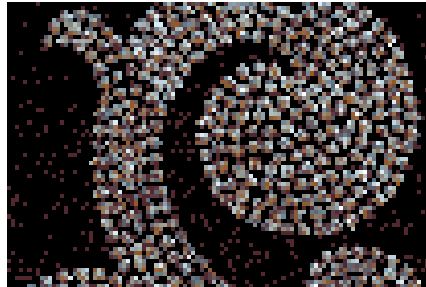
### **Estampado de alto relieve**

Es un Estampado de Alto relieve que se caracteriza por tener los bordes perfilados, son aplicadas directamente en la prenda aplicando varias capas, se trabajan bien con áreas de bloque sólidas de todos los colores y con líneas delgadas.





**CAVIAR** Es un Estampado de fantasía, son aplicadas al adhesivo estampado en la prenda, se trabajan bien con áreas de bloque sólidas que crean una superficie táctil muy interesante de pequeñas bolitas de PVC en gran variedad de colores y tamaños.



**PLASTISOL** Esta tinta tiene mayor duración al lavado, la textura es poco suave con alto detalle gráfico, una textura más plastificada. Los estampados se hacen más suaves con aditivos especiales o más pesados agregando capas adicionales de tinta.

**AL AGUA** Estas tintas penetran el tejido más que las tintas plastisol y tienen una sensación mucho más suave. Ideal para los estampados en prendas de bebés. Muy útil para impresiones de área con coberturas de medio tonos o colores planos.







**DISCHARGE** Son tintas al agua que despigmentan la tela quedando la prenda con color neutral y simultáneamente tiñéndola con el color del pigmento adicionado. Esto significa que quitan el tinte de la tela dejando textura mucho más suave.

**FOIL** Es más de lo que podría imaginar. Da un efecto de lámina dorada, plateada y de una gama de colores metálicos dependiendo del color del Foil utilizado. Esta se adhiere con un pegamento especial que puede ser al agua o al plastisol.

**FLOCK** Esta técnica de Estampado que usa pequeñas fibras de rayon, las cuales se adhieren por medio de una maquina floreadora al adhesivo impreso en la prenda. Tiene una textura afelpada y se estampa en una gama amplia de colores.

**GLITTER** Son partículas muy brillantes metalizadas, dando una magnifico atractivo a los estampados, para crear este efecto de brillo. Suelen estar disponibles varios colores, se presenta en colores tales como: Silver, Light Gold, Rainbow.





**PUFF** Son tintas de alto relieve que se puede aplicar sobre telas de algodón o una mezcla de algodón con poliéster sean estas claras u oscuras. El aditivo puff puede ser añadido con cualquier color de tinta plastisol dando una textura esponjosa.

**METALICO** Es un Estampado en color dorado o plateado con efecto metálico semibrillante. Se aplica directamente sobre telas claras y oscuras. Posee una excelente adherencia, cobertura, suavidad y buena elasticidad que realza los estampados





## **IMPACTOS ESPERADOS**

El principal reto que ha surgido De la creación de camisetas con estampados turísticos es que estos ayuden a mejorar la calidad como factor principal en el desarrollo e implementación exitosa de estos productos para aportar a mejorar la calidad de vida de los artesanos de la ciudad de Otavalo y a mejorar la promoción de esta ciudad.

Con la implementación del presente proyecto se logrará desarrollar las facultades creativas y artísticas en cada una de las personas que están detrás de una producción de camisetas y de microempresas de la ciudad de Otavalo.

En el ámbito educativo ayudará a crear un sistema de habilidades de operación creando un nuevo concepto de realizar camisetas y valorar nuestra cultura.

Se pretende con el presente documento dar apoyo bibliográfico a nuevas generaciones de diseñadores que pretendan involucrarse en el mundo de la serigrafía, para que así desarrollen de mejor manera sus habilidades.





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**4. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002938197	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Urvina Almeida Diego Rolando	
DIRECCIÓN:	Ibarra, ciudadela pilanquí	
EMAIL:	gody@hotmail.es	
TELÉFONO FIJO:	2642708	TELÉFONO MÓVIL: 0986064112

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"DISEÑO Y CREACIÓN DE UN CATALOGO DE ESTAMPADOS TURISTICO DE LA CIUDAD DE OTAVALO"
AUTOR (ES):	Urvina Almeida Diego Rolando _ Champutiz Ramírez Danilo Norberto
FECHA: AAAAMMDD	2012/11/23
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	Mgs. Raimundo Lopez



##### 5. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Urvina Almeida Diego, con cédula de identidad Nro. 100293819-7, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

##### 6. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 04 días del mes de enero del 2013

EL AUTOR:

(Firma).....  
Nombre: Urvina Almeida Diego  
C.C.: 100293819-7

ACEPTACIÓN:

(Firma).....  
Nombre: ING. BETTY CHAVEZ  
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Biblioteca UT  
Ibarra - Ecuador

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Urvina Almeida Diego, con cédula de identidad Nro. 100198194-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado "DISEÑO Y CREACION DE UN CATALOGO DE ESTAMPADOS TURISTICOS DE LA CIUDAD DE OTAVALO" que ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciada en Diseño Gráfico, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: Urvina Almeida Diego Rolando  
Cédula: 100293819-7

Ibarra, a los 04 días del mes de enero del 2013



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002961603		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Champutiz Ramírez Danilo Norberto		
DIRECCIÓN:	Urb. María José S/N cas. 20 y General Ramón Bosmediano		
EMAIL:	danilo25jahir@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2928050	TELÉFONO MÓVIL:	0984484963

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	""DISEÑO Y CREACIÓN DE UN CATALOGO DE ESTAMPADOS TURISTICO DE LA CIUDAD DE OTAVALO""
AUTOR (ES):	Champutiz Ramírez Danilo Norberto _ Urvina Almeida Diego Rolando
FECHA: AAAAMMDD	2012/11/23
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	Msg. Raimundo López

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Danilo Norberto Champutiz, con cédula de identidad Nro. 100296160-3 en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 04 días del mes de enero del 2013

EL AUTOR:

(Firma).....  
Nombre: Danilo Champutiz  
C.C.: 100296160-3

ACEPTACIÓN:

(Firma).....  
Nombre: ING. BETTY CHAVEZ Biblioteca UTN  
Carga: JEFE DE BIBLIOTECA Ibarra - Ecuador

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_





## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Champutiz Ramírez Danilo Norberto, con cédula de identidad Nro. 100296160-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado "DISEÑO Y CREACIÓN DE UN CATALOGO DE ESTAMPADOS TURISTICO DE LA CIUDAD DE OTAVALO" que ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciado en Diseño Gráfico, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: Champutiz Ramírez Danilo Norberto

Cédula: 100296160-3

Ibarra, a los 04 días del mes de enero del 2013